平成16年3月1日発行 第11巻3号通巻89号

10th Anniversary 創刊10周年

http://www.microgroup.co.jp/

ゲーム批評

3 | 2004・Vol.55
780yen

ソフト批評

バテン・カイトス 終わらない翼と失われた海／サイレン／大番長／零～紅い蝶～
新世紀エヴァンゲリオン2／マリオカート ダブルダッシュ!!／超時空要塞マクロス
フロントミッション4／プロジェクトゴッサムレーシング2／武刃街／くまうた

シリーズゲームの盛衰

市場を席巻するシリーズゲームは本当に安泰なのか
データをもとに多角的に検証する

ゲーム業界にとってのクリエイターの存在とは――

クリエイター再編
岡本吉起インタビュー

デジキューブ、破産！
突然の倒産劇を緊急レポート

新連載
SNK VS ARUZE
―TRIAL CHAOS―
死闘!! 旧SNK倒産とアルゼの因縁

ゲーム批評 2004・3 シリーズゲームの盛衰／岡本吉起インタビュー Vol.55 MICRO MAGAZINE

定期購読のご案内

『ゲーム批評』のご購入にはご自宅直送方式の年間定期購読がオススメ！
確実、スピーディーな定期購読をぜひご利用くださいませ。

『ゲーム批評』
隔月刊・偶数月3日
年6回発行
一年間の定期購読価格

定価780円（税込）
×
6回
=
4,680円

[お申し込み方法]

手続は簡単です。巻頭に綴じこんである「郵便振替用紙」（払込取扱票）に下記の必要事項を記入し、郵便局窓口に必要金額と共にお申込頂くだけです。**振込手数料・送料は弊社にて負担させていただきます。**

1……巻頭に綴じこんである「払込取扱票（郵便振替用紙）」を本誌より切り取ります。
※この際、払込金受領証は切り離さないようご注意ください。

2……初めてお申し込みされる方は、誌名横の「新規/継続」の「新規」に丸をつけてください。

3……「購読期間」に何月号からかをご記入ください。購読期間は１年間のみです。

4……ご依頼人の郵便番号・住所・氏名・E-mailアドレス・電話番号をご記入ください。
※E-mailと電話番号は未記入でも可ですが、事故の対処にお時間がかかる場合がございます。

5……右側の払込金受領証の「ご依頼人」の欄に氏名をご記入ください。

6……すべての記入が終了しましたら、お近くの郵便局窓口に金額を添えて提出してください。

※振込金受領証は初回の定期購読誌が届くまで大切に保管してください。

[ご注意]

■締め切りは発売日2週間前になります。締め切り後のお申し込みは、その次の号からに変更させていただきます。
※次号5月号からのお申し込みは、3月19日（金）までにお申し込みください。

■本誌巻頭の払込取扱票以外でのご入金は受けつけかねますのでご了承ください。

■定期購読中の途中返金は受け付けかねますのでご了承ください（刊行ペースの変更・価格変更の際は別途ご連絡をさしあげます）。

■送り先の住所変更をご希望の方は、下記お問い合わせ先までご連絡ください。

■定期購読最終回に継続ご案内を同封させていただきます。

通常は発売日から遅くとも3日以内には届きます。もし届かない場合は配送事故の可能性がございますので、お手数ですが下記お問い合わせ先までご連絡ください。

お問い合わせ先

株式会社マイクロマガジン社　販売営業部
TEL.03-3206-1641　FAX.03-3551-1208
（お電話でのお問い合わせは、土日祝日を除く平日AM9:30～12:00、PM1:00～6:00までとさせていただきます）
E-mail: hanbai@microgroup.co.jp
（件名は「ゲーム批評・定期購読」とご記入ください）

ゲーム批評 2004・3 Vol.55

©2004 MICRO MAGAZINE http://www.microgroup.co.jp/

Cont

定期購読のご案内

『ゲーム批評』のご購入にはご自宅直送方式の年間定期購読がオススメ！

この受領証は、郵便局で機械処理をした場合は郵便振替の払込みの証拠となるものですから大切に保存してください。

ご注意
この払込書は、機械で処理しますので、本票を汚したり、折り曲げたりしないでください。
（郵政事業庁）

ます。

名・
記

も
か

人」

お
提

ださい。

ので
変更

問い

いた

すので、

だきます）

この払込取扱票の裏面には、何も記載しないでください。

キリトリ線

ゲーム批評 2004・3 Vol.55

ハード略称
PS:プレイステーション PS2:プレイステーション2 DC:ドリームキャスト SS:セガサターン XBOX:XBOX GC:ゲームキューブ N64:ニンテンドウ64 SFC:スーパーファミコン FC:ファミコン GB:ゲームボーイ GBA:GBアドバンス WS:ワンダースワン NG:ネオジオ NGP:ネオジオポケット PC:パソコン AC:アーケード

ジャンル略称
RPG:ロールプレイング ARPG:アクションRPG SRPG:シミュレーションRPG SLG:シミュレーション AVG:アドベンチャー STG:シューティング 3DSTG:3Dシューティング ACG:アクション 格闘:格闘アクション ETC:その他

Contents

Topics

2004 March

最後の最後に問題多発だったＳＣＥ 同情できないその中身を振り返る

普段ゲームをやらない方も、いつもより注目する年末商戦 この時期にこれだけの問題を抱えられるのはある意味でＮＯ．１の証しか!?

Text by 編集部

昨年末のＳＣＥは、まさに問題だらけであった。バグが確実に残ると言われる現在のゲーム制作においては、小さいものであればスルーするという風習がある。あること自体が問題だが、ゲームプレイにおいて支障にならない程度であれば問題とされることはない。

だが、時に問題となるような事件が起きることがある。人が作っているものなのだから仕方がないのだろうが、今回ＳＣＥが起こした２つの事件は、１件目がまず起こしてはいけない、あり得ない事件であった。本誌読者の方はすでにお気づきのこととは思うが、『くまうた』がこれに当たる。

自作した唄をネット上で公開することが可能な『くまうた』で、唄データをＰＳ２からＰＣにメールで送信し、受信したＰＣからネット上に公開するなどを行った際に、最初に受信したパソコンのメールアドレスが流出してしまうというバグがあったのだ。ただでさえオンラインがなかなか普及を見せない今日、この「個人情報流出事件」が業界に与えた影響はかなり大きいことは間違いない。

次の２つ目は『グランツーリスモ４"プロローグ"版』において、専用コントローラ「GT FORCE」、および「GT FORCE Pro」を使用すると、「アクセルが全開にならない」や「ハンドルがとられる」という現象に陥るバグがあった。アナログコントローラでやれば問題はない、と偉そうに言っていたが、ただでさえ未完成の作品を無理に出したタイトルで問題を起こしてしまっては、正直怒りを通り越してあきれるとしか言えないところだ。

ＳＣＥはある意味で管理する立場、つまりハードメーカーとしての役割を担っている。そのメーカー自らがこのような失態を起こしてしまっては、ソフトメーカーに対するけじめという面、何か起きたときに大きく出られない、という問題も起きるだろう。

バグこそなかったが、同社がリリースした11月のタイトルに、別の意味で噂になった『サイレン』がある。あまりの怖さに7件の苦情が寄せられ、ＣＭを打ち切ったタイトルといえばわかりやすいだろうか。わずかとはいえ、苦情が来たら打ち切るというのは、ある意味で正しい選択と言える。だが、あの報道以来『サイレン』の世間的な注目度が上がったことも間違いない。これがＳＣＥの売るための戦略であるならば、前述のような問題を起こさなくなってから、行ってほしいというのも正直なところだ。

04年のＳＣＥにはＮＯ．１ハードメーカーとしての自覚をしっかりと持ってもらい、業界全体のお手本としての行動をぜひ期待したいものである。



いくら値段の安い『プロローグ版』とはいえ、製品として売り出したのであれば、専用コントローラが使えないのはやはり問題だろう。

Topics

2004 March

ファミコンカラーGBASPの量産型が発売 任天堂は「FC20周年」をどうとらえていたか

いつか出すとは思っていたが……その早すぎる決断には、20周年の余韻がみじんも感じられない。

Text by 編集部

04年2月14日にファミコンカラーのGBASP（以下ファミコンカラーSP）が発売される。これはファミコン20周年記念として限定生産されたバージョンとは若干違うもので、全体的な基調は統一されているものの、どこか貧相さが漂う仕上がりになっている。とはいえ、昨年のものは工場の方の善意で手貼りが行われたという話もあり、それとまったく同じものを量産することはほぼ無理に等しいことも事実だ。

今回、ファミコンカラーSPが発売されるに至った経緯として、もうひとつ気になる存在がある。それが「ファミコンミニ」シリーズと名づけられたGBA専用タイトルだ。「過去の資産はどうにかしたい」と03年に任天堂が再三強調していた通り、それはGBA専用タイトルとしての復活を果たす。現在の公式発表を見る限りでは、値段も2000円ということから、リメイクではなく完全移植と考えていいだろう。

14日にファミコンカラーSPと同時発売されるタイトルは現在10タイトルある。以下にそのタイトルを明記してみよう。

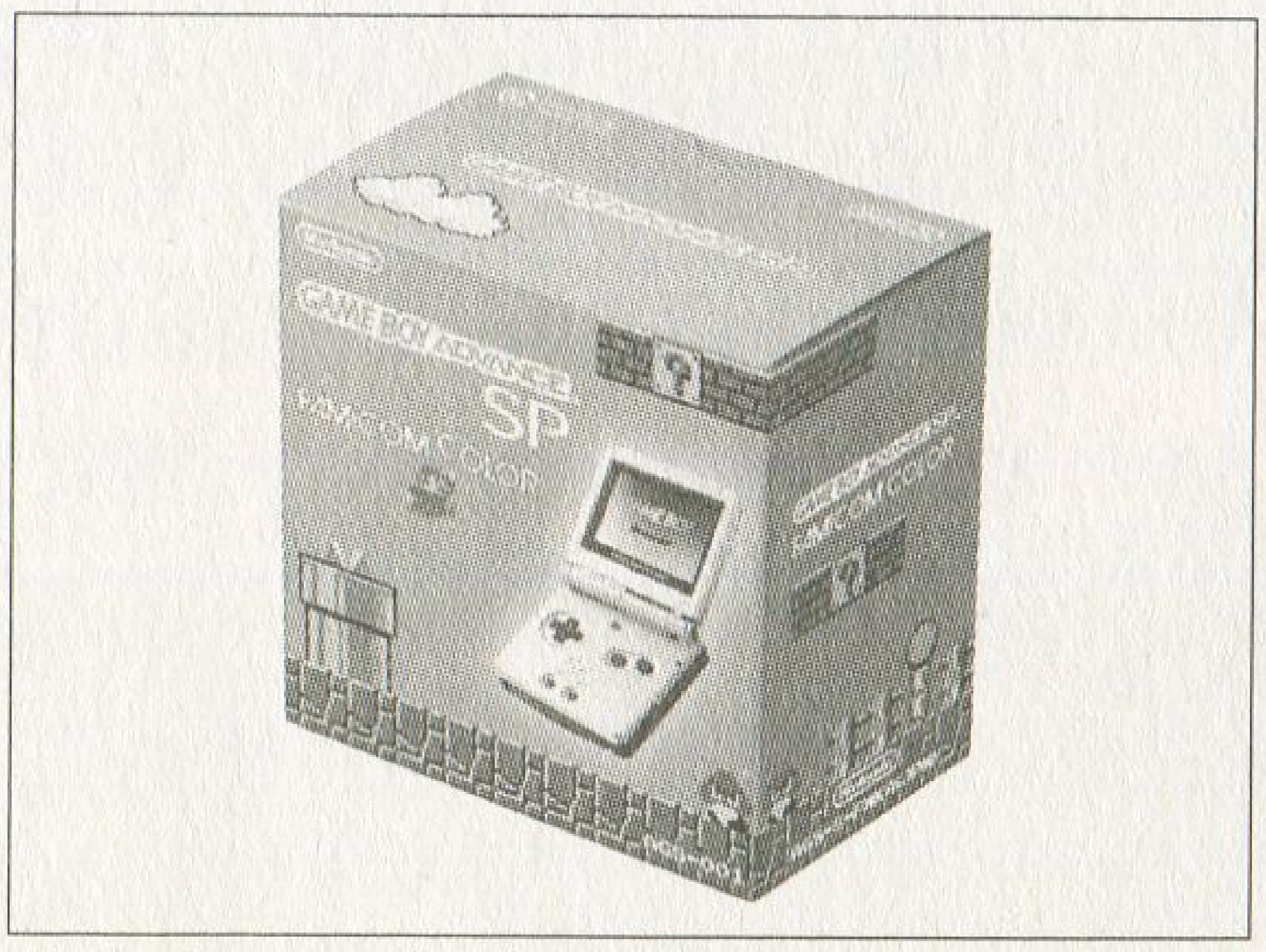
・『スーパーマリオブラザーズ』
・『ドンキーコング』
・『アイスクライマー』
・『エキサイトバイク』
・『ゼルダの伝説1』
・『パックマン』
・『ゼビウス』
・『マッピー』
・『ボンバーマン』
・『スターソルジャー』

どれも発売当初には夢中になったタイトル、しかもPS2、GC、XBOXがハードの主流となっている今、FCが現役稼働している方も少ないだろう。思わず購入に踏み切ってしまう方は多いと思う。お手頃価格とまではいかないが、今でも十分に遊べるであろうことは間違いなく、価格も無難といった気がしないでもない。

だが、ここまですぐに行動を起こされると、すべてが決められた予定調和だったんじゃないの？と勘繰りを入れたくなるのも正直なところだ。

多くの方にとっては、ゲームの原点となったFC。その20周年を一番に祝っていたのが、任天堂ではなく東京写真美術館主催の「レベルX」だったというのも、ある意味でこの皮肉を増している要因かもしれない（まぁ協賛という点では任天堂も力を注いでいたようだが……）。

任天堂にとってはFC20周年よりも、そこから生まれる副産物のほうが重要、結局は否定的な見方になってしまうが、そう考えることもできる、04年最初の戦略だったと言える。



『スーパーマリオブラザーズ』の絵柄が施されたパッケージ。これを見ただけでも、衝動的に購入にはしる方はいるだろう。



巻頭特集

シリーズゲームの盛衰

成長？ 安定？ 衰退？

2大RPGである『ドラゴンクエスト』が発売されたのは86年、『ファイナルファンタジー』の発売が87年。それぞれがFC初期から続いているシリーズタイトルである。出せばミリオン確実と言われているが、他のすべてのシリーズがこの2タイトルと同じように売れて、次々と作品を重ねていくことができるかといえば、そうではない。順調に売上を上げ続けるシリーズもあれば、落ちるものもあるだろう。逆に、ファンのつきやすいシリーズ物は、安定した数字を取れると見ることもできる。だが、実際に各シリーズがどうなっているのかについては、不透明な部分も多い。今回はデータを基に、シリーズゲームの置かれている現状を探りたいと思う。

本特集内のソフト販売本数データは、
株式会社メディアクリエイト（http://www.m-create.com/jpn/）よりご提供いただいております。


FINAL FANTASY VII
GRAN TURISMO 4
"Prologue"
Winning Eleven
メモリアル
forever with you
Virtua Fighter 4
Lau Chan
PRESS START BUTTON
PAR
BIRDIE
PAR
みんなのGOLF 4
EVERYBODY'S GOLF
BIRDIE
CHARACTER SELECT
Jim
BIOHAZARD
Kevin
Yoko
Alyssa
DRAGON QUEST VII

実際どうよ!?

シリーズゲームの市場占有率の現状

シリーズ、リメイク、キャラクターものに占められ、新規は売れないと言われる昨今のゲーム業界だが、その割合はどれほどのものになっているのだろうか

TEXT BY 天野譲二

データの出典と分類

現在の国内ゲーム市場で、シリーズ作品はどれだけのシェアを占めているのだろうか。メディアクリエイトによる集計データ「2003年年間TOP200」（集計期間は2002年12月30日~2003年12月21日まで）を基に、市況を見てみよう。

まず上位200本のソフトの販売本数は、年間累計3957万2000本。上位200本だけで約4000万本が1年間で販売されているわけだ。

この200本を、

①シリーズ作品
②派生作品
③キャラクター&メディアミックス作品
④リメイク作品

の4種類に分けてみる。

まず①については、シリーズ作品という枠組みを広くとらえ、ファンディスク、外伝も広義の意味でのシリーズ作品と見なした。

数ある『NARUTO』のゲームのように、同じ素材ながらゲームの形態が違うものでも、メーカーが同じものはシリーズ作品とした。さらに同一メーカーのパチンコゲームソフトは、収録している機種名が違っても同じシリーズ作品とした。『R：レーシング・エヴォリューション』は新作レースゲームっぽいのだが、題名からして『リッジレーサー』シリーズとして販売されている印象が強いので、①に。『SIMPLE1500／2000シリーズ』と銘打っているものは、各々の内容がバラバラなので、独立したタイトルとして計上した。

②はシリーズ作品ではないが、既存の作品やキャラクターを利用したものである。『ヴィーナス&ブレイブス～魔女と女神と滅びの予言～』はシリーズ作品と銘打っていないので、『7（セブン）』の系列作品、②と判断した。

③はゲーム以外のキャラクターを利用したり、メディアミックスの一環として登場したりした作品。プロ野球／サッカーゲームもここに入れたが、パチンコの実機や実車が出てくるゲームは除外した。また、ゲーム出身のキャラクターを再利用したゲームは基本的に除外した。

④はリメイク作品である。テトリスなどの定番ソフトもここに該当する。

なお、①~④は当然重複する。『キングダムハーツ―ファイナルミックス―』のように、②③④に該当する作品もあることをお断りしておく。

それぞれの実績

さて、分類方法の次は、その結

成長型シリーズ
安定型シリーズ
衰退型シリーズ

03年 年間売上げトップ50

機種	順位	タイトル	ジャンル	メーカー名	実売累計	年間累計
PS2	1	ファイナルファンタジーX―2	RPG	スクウェア	1,974	1,974
PS2	2	真・三國無双3（限定版含む）	ACT	コーエー	1,140	1,140
PS2	3	ワールドサッカー ウイニングイレブン7	SPT	コナミ	1,070	1,070
GBA	4	ポケットモンスター サファイア	RPG	ポケモン	2,302	897
GBA	5	ポケットモンスター ルビー	RPG	ポケモン	2,269	883
PS2	6	みんなのGOLF4	SPT	SCE	821	821
PS2	7	機動戦士ガンダム めぐりあい宇宙（限定版含む）	ACT	バンダイ	605	605
GBA	8	ドラゴンクエストモンスターズ キャラバンハート	RPG	エニックス	599	599
PS2	9	ドラゴンボールZ	FTG	バンダイ	563	563
PS2	10	第2次スーパーロボット大戦α（限定版含む）	SLG	バンプレスト	528	528
PS2	11	J.LEAGUE プロサッカークラブをつくろう!3	SLG	セガ	525	525
GBA	12	メイド イン ワリオ	ETC	任天堂	519	519
PS2	13	実況パワフルプロ野球10	SPT	コナミ	502	502
PS2	14	真・三國無双3 猛将伝	ACT	コーエー	496	496
GBA	15	ファイナルファンタジータクティクス アドバンス	SLG	スクウェア	482	482
GC	16	マリオカート ダブルダッシュ!!	RCE	任天堂	479	479
PS2	17	スターオーシャン3 Till the End of Time	RPG	エニックス	473	473
PS2	18	機動戦士Zガンダム エゥーゴvs.ティターンズ（同梱版含む）	ACT	バンダイ	450	450
PS2	19	デビル メイ クライ2	ADV	カプコン	435	435
PS2	20	太鼓の達人 タタコンでドドンがドン	ACT	ナムコ	724	431
GBA	21	スーパーマリオアドバンス4	ACT	任天堂	430	430
PS2	22	太鼓の達人 ドキッ!新曲だらけの春祭り	ACT	ナムコ	420	421
GC	23	ファイナルファンタジー・クリスタル クロニクル	RPG	スクウェア・エニックス	366	366
GC	24	カービィのエアライド	RCE	任天堂	349	349
PS2	25	グランツーリスモ4“プロローグ”版（同梱版含む）	RCE	SCE	327	327
GC	26	テイルズ オブ シンフォニア（同梱版含む）	RPG	ナムコ	314	314
GC	27	ポケモンコロシアム	RPG	ポケモン	313	313
PS2	28	グランド・セフト・オートIII	ACT	カプコン	303	303
PS2	29	バイオハザード アウトブレイク（同梱版含む）	ADV	カプコン	303	303
GBA	30	星のカービィ 夢の泉デラックス	ACT	任天堂	802	303
GBA	31	MOTHER 1+2	RPG	任天堂	301	301
GC	32	マリオパーティ5	ETC	任天堂	297	297
PS2	33	太鼓の達人 あっぱれ三代目（同梱版含む）	ACT	ナムコ	286	286
PS2	34	熱チュー!プロ野球2003	SPT	ナムコ	284	284
GBA	35	ゼルダの伝説 神々のトライフォース&4つの剣	RPG	任天堂	282	282
GC	36	あつまれ!! メイド イン ワリオ	ETC	任天堂	281	281
GBA	37	新約 聖剣伝説（同梱版、限定版含む）	RPG	スクウェア・エニックス	279	279
PS2	38	頭文字D Special Stage	RCE	セガ	277	277
GBA	39	ポケモンピンボール ルビー&サファイア	ACT	ポケモン	272	272
PS2	40	真・女神転生III-ノクターン（限定版含む）	RPG	アトラス	268	268
GC	41	どうぶつの森e+（カードeリーダー+同梱）	ETC	任天堂	257	257
PS2	42	NARUTO―ナルト― ナルティメットヒーロー	FTG	バンダイ	256	256
GC	43	マリオパーティ4	ETC	任天堂	883	253
GBA	44	ファイアーエムブレム 烈火の剣	SLG	任天堂	252	252
PS2	45	天誅 参	ACT	フロム・ソフトウェア	248	248
PS2	46	ドラッグ オン ドラグーン	RPG	スクウェア・エニックス	247	247
GBA	47	ロックマン エグゼ3	RPG	カプコン	499	243
PS2	48	プロ野球チームをつくろう!2	SLG	セガ	238	238
GBA	49	とっとこハム太郎4 にじいろ大行進でちゅ	ADV	任天堂	237	237
PS2	50	ワールドサッカーウイニングイレブン6 ファイナルエヴォリューション	SPT	コナミ	713	235

単位：千

※集計期間は2002年12月30日〜2003年12月21日まで
※データは都合により、3桁以上を四捨五入しております。

果である。集計してみると、①〜④の内訳は以下のようになる。

①165本
②7本
③60本
④15本

シリーズ作品だけで165本だが、これに②と④を加えると172本、③を含めると185本である（重複含む）。①〜④に該当しない、完全な新作は15本しか存在しない計算になる。仮に①②④に該当しないキャラクターものを足したものを⑤としても、28本にしかならないのである。これらを年間販売本数ベースで見てみよう。

①3413万7000本
②157万4000本
③1094万9000本
④280万6000本
⑤385万8000本

①②④の総計は3571万4000本、①〜④の総計は3783万2000本。

完全新作は174万3000本にすぎない。年間販売本数3957万2000本のうち、シリーズ&キャラクターものは95・6%。完全な新作は4・4%しか売れていないのである（⑤ならば9・7%となる）。完全新作が束になっても『ファイナルファンタジーX―2』（197万4000本）にかなわないわけであり、キャラクター作品の力を借りて、ようやく『ファイナルファンタジーX―2』『真・三國無双3』（114万本）『ワールドサッカー ウイニングイレブン7』（107万本）の上位3本の総数（418万4000本）に肉薄できる数値となるのである。

ちなみに完全新作の上位は『太鼓の達人 タタコンでドドンがドン』（43万1000本）、『ドラッグ オン ドラグーン』（24万7000本）、『SIREN』（12万7000本）といったラインナップだ（年間販売本数なので、2002年発売作品も入っている）。

シリーズ依存度の高い任天堂とスクウェアとか……

それではこういったシリーズ作品を多く出しているメーカーはどこであろうか。①②③④（カッコ内は①②④）の総計を基にして計算してみよう。

①任天堂　30本（29本）
②コナミ　21本（同）
③バンダイ　16本（11本）
④セガ　12本（10本）
⑤カプコン　11本（同）
⑤ナムコ　11本（同）
⑦スクウェア　10本（同）
⑧バンプレスト　9本（6本）
⑨SCE　8本（同）
⑩コーエー　6本（同）
⑩ポケモン　6本（同）

ちなみにスクウェアと統合されたエニックスは3本（同）と、ランク外である（両社の本数は、統合後に発売された作品も含む）。

任天堂はポケモン、バンダイはバンプレスト、コナミはハドソン、タカラ、アトラス、元気といったメーカーを傘下にしているが、ここでは各々を別々に集計する。これを販売本数順にしてみよう。

①任天堂
　635万本（620万9000本）
②スクウェア
　402万5000本（同）
③コナミ
　359万7000本（同）
④バンダイ
　336万1000本（218万本）
⑤ポケモン
　262万3000本（同）
⑥カプコン
　228万5000本（同）
⑦ナムコ
　200万6000本（同）
⑧セガ
　198万8000本
（159万9000本）
⑨コーエー
　196万6000本（同）
⑩SCE
　189万9000本（同）
⑪バンプレスト
　146万7000本
（124万1000本）
⑫エニックス
　126万2000本（同）

任天堂とコナミが上位なのは変わらないが、スクウェアとポケモンが上位に食い込む反面、セガが下位に沈む。さらに上位の会社を3957万2000本におけるシェアで見てみよう。

①任天堂　16％（15・7％）
②スクウェア　10・2％（同）
③コナミ　9・1％（同）
④バンダイ　8・5％（5・5％）
⑤ポケモン　6・6％（同）
⑥カプコン　5・8％（同）
⑦ナムコ　5・1％（同）
⑧セガ　5・0％（4・0％）
⑨コーエー　5・0％（同）
⑩SCE　4・8％（同）
⑪バンプレスト　3・7％（3・1％）
⑫エニックス　3・2％（同）

上位12社で約83％（約78％）を占めているわけである。

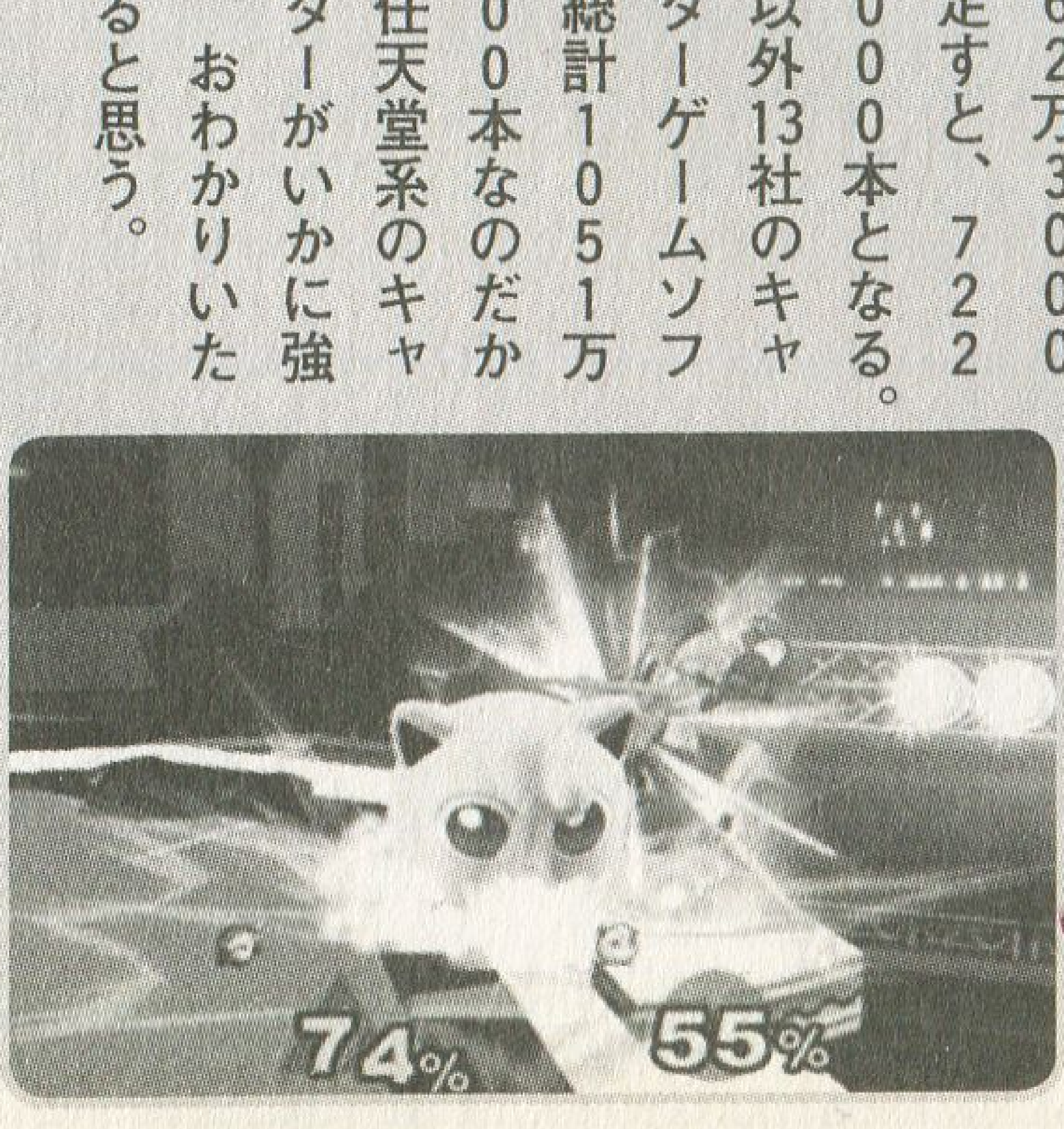
メーカーごとの傾向

それでは各社シリーズ作品の傾向を見てみよう。

■任天堂

任天堂キャラクターの力

本稿では任天堂のキャラクターが出演しているソフトをキャラクターソフトとはカウントしていないが、『MOTHER 1＋2』『ゼルダの伝説 風のタクト』『メトロイドプライム』など、（語弊がある表現だが）キャラクターに依存していないソフト以外、『大乱闘スマッシュブラザーズDX』を中心とした任天堂キャラクターの名前を冠したゲームもすべてキャラクターゲームにカウントするとどうなるか。ランクインした32本中21本がキャラクターソフトとなり、販売本数は647万9000本中460万5000本。さらに別会社となっているポケモンのソフト262万3000本を足すと、722万8000本となる。両社以外13社のキャラクターゲームソフトが総計1051万5000本なのだから、任天堂系のキャラクターがいかに強力か、おわかりいただけると思う。



成長型シリーズ

51万9千本売れた『メイドイン ワリオ』を筆頭に、『GIFT PIA』『オリエンタルブルー 青の天外』を除いたすべてが①②③④に該当する、極端に自社キャラクターとシリーズに依存したラインナップである。30本中23本が10万本以上売れており、ミリオンセラーこそないものの、実に堅実である。

■スクウェア

約半数の197万4000本を『FFX—2』が稼いでおり、他の『FF』系作品と合わせると、300万本以上が『FF』系作品に占められる。

■コナミ

『ワールドサッカー ウイニングイレブン7』（107万本）や『実況パワフルプロ野球10』（50万2000本）といったスポーツゲームが突出。それ以外は『遊戯王デュエルモンスターズ8～破滅の大邪神～』の13万1000本が天井と、シングルヒットが多い。

■バンダイ

『機動戦士ガンダム めぐりあい宇宙』（60万5000本）、『ドラゴンボールZ』（56万3000本）、『機動戦士Zガンダム エゥーゴvs.ティターンズ』（45万本）が突出。他は10～20万本前後のソフトが多い。

■ポケモン

計6本で262万3千本中、『ポケットモンスター サファイア』『ルビー』の2本で178万本。完全なワンマンチームである。

■カプコン

一番は『デビルメイクライ2』（43万5000本）だが、7本合わせて100万本以上売れている『ロックマン』シリーズが主力か。かつての主力『バイオハザード』シリーズは『アウトブレイク』が30万3000本と、低落気味。

安定型シリーズ

■ナムコ

とにかく3本で80万近く売れた『太鼓の達人』シリーズが目立つ。デビュー作なのでシリーズ作品にはカウントしなかったオリジナルを加えると、約120万本がトントン拍子ということになる。それ以外では『テイルズ オブ シンフォニア』（31万4000本）が健闘している。『ソウルキャリバーⅡ』『R：レーシング・エヴォリューション』は昔日の勢いはない。

■セガ

『J.LEAGUE プロサッカークラブをつくろう！3』が52万5000本とヒットしているが、『プロ野球チームをつくろう！2』『サクラ大戦～熱き血潮に～』『頭文字D Special Stage』が20万本を超えたぐらいで、10万本以下が半数近い。

■コーエー

『真・三國無双3』『同猛将伝』だけで160万本以上。あとは『信長の野望・蒼天録』が10万本を超えたぐらいで、ポケモン並みの一点集中型となっている。

■SCE

オンライン版は振るわなかったものの、『みんなのGOLF4』が82万1000本。ブランド力の『グランツーリスモ4〝プロローグ〟版』が30万本を超えたぐらいで、10万本台のソフトが並ぶ。

衰退型シリーズ

■バンプレスト

『第2次スーパーロボット大戦α』が52万8000本で、他のシリーズと合わせて80万本以上を販売。オリジナルの『サモンナイト3』が20万本以上で健闘。

■エニックス

『ドラゴンクエストモンスターズ キャラバンハート』『スターオーシャン3』『スライムもりもりドラゴンクエスト 衝撃のしっぽ団』の3本だけで120万本以上。まだまだ『DQ』依存状態か。

以上、2003年のコンシューマゲーム機市場におけるシリーズ作品の概況を俯瞰してみたわけだが、いかに市場がシリーズ作品に占有されているかがおわかりいただけたと思う。上位ベスト10に至っては、『DQ』、『FF』、『ポケモン』、『ガンダム』、『真・三國無双』、そしてスポーツゲームと変わらない顔ぶれで、リメイク作品まで入っている。これを安定した売れ筋商品が並ぶのは当然と見るか、新味がないと見るかは読者に判断を委ねたいが、2003年に発売された完全新作で一番売れたのが『ドラッグ オン ドラグーン』の46位という事実は、なんとも寂しい限りである。

「ゲーム批評」にひとこと
今号（Vol.54）のガンダム特集はガンダムファンとはいかなるものかを知ることができて勉強になった。（山形県　武田晋）

それが当然？

成長・安定・衰退に選別できるシリーズタイトル

ピンからキリまで、はゲームにも当てはまる。
これだけ多くなったシリーズ物。各シリーズの行方はどうなるのだろうか？

TEXT BY 編集部

優れたものが生き残り劣るものは淘汰される

前ページでも分析されているように、ゲーム市場でシリーズタイトルが占める割合は大きい。新規を出してもほとんどがトップ200の圏外、シリーズは批判されても売れるとくれば、そうした傾向に偏ってしまうのも仕方がないと言えるだろう。だがユーザーには、新規は金をかけていないからシリーズと比べデキが良くないのだろう、という意見もあるだろうから、水かけ論に陥ることも予想の範囲だ。

答えの出ないものをテーマにしても仕方がないので、ここでは「シリーズタイトルの優劣」について取り扱おうと思う。

当然のことながら、シリーズゲームならすべてが売れるという方式が成り立っているわけではない。作品を追うごとに評価が上がり売上を伸ばしていく成長型があれば、最初から最後まで同じユーザーに買われ続けるという安定型、どこかに原因があり次第にユーザーが離れ飽きられていく衰退型もあるだろう。

いずれについても、時代背景やユーザー嗜好の変化が存在し、おのずとそういったものから影響を受ける。そこで、次ページからは編集部が選定したタイトル、内訳としては成長型を2、安定型を5、衰退型を2タイトルずつ取り上げて、それぞれがどのような形で推移していったのかを考察していきたいと考えている。

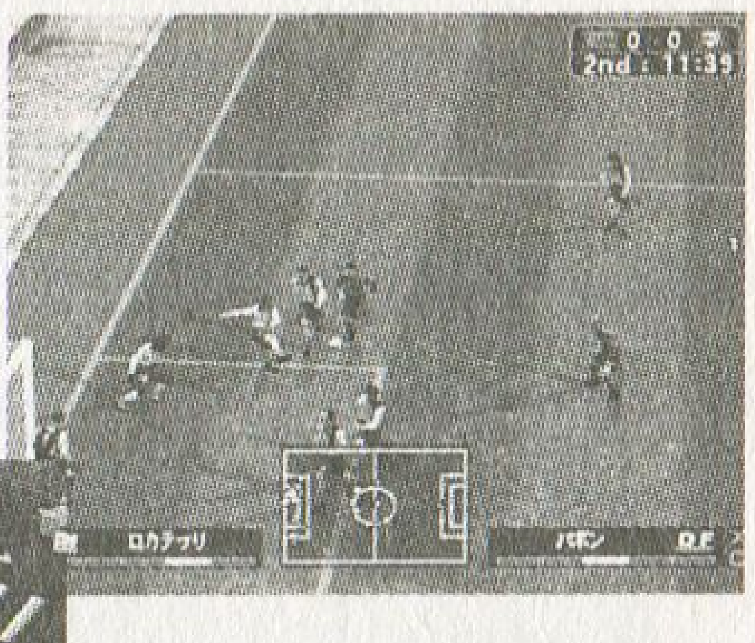
取り上げるタイトルその傾向について

成長型として取り上げるのは、加熱した（海外）サッカー人気を取り込んで、一躍ミリオンセラーの常連となった『ウイニングイレブン』シリーズと、明らかに狙った層、つまりは限られた層を相手にしているにもかかわらず、その秀逸なシステムセンス故に多くのユーザーを取り込み始めている『サモンナイト』シリーズだ。片やうまく時代背景を取り込み、一気に上り詰めようとしているシリーズ、片やいまだハーフミリオンに届いてないとはいえ、作品を追うごとに倍増近い売上を示すシリーズ。一見、まったく関連性がなさそうに思えるこの両シリーズにも、どこかで共通する点があるのかもしれない。

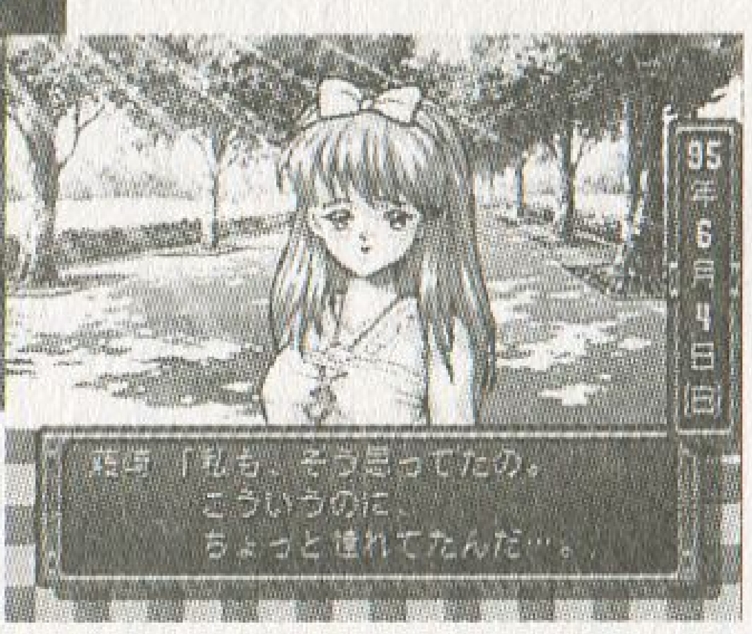
次に安定型は、やはりというのも妙な話だが、このように扱いが大きくなるのも仕方がないと言うべきだろうか。取り上げるのは、常に色違いの2パターンが発売され、トリプルミリオンという数字すら楽にたたき出す『ポケットモンスター』シリーズ、半年に1作のペースで出ているにもかかわらず、売上が極端に落ちたり極端に

「ゲーム批評」にひとこと

「最強ガンダムゲーム」はゲームの批評というよりはただ単にガンダムが好きだから記事にしたようにしか見えませんな。これは凄いと思える革命的な切り口から突っ込んでいるわけでもないし。（福岡県　泡吉）







ジャンルも、購買層も違う各シリーズではあるが、なぜそこまでの差になったのかを次頁より感じとってもらいたい

上がることのない、FCから続くシリーズタイトルの大御所『スーパーロボット大戦』シリーズ、王道RPGでありながら初お目見えがPSで、すでに4作をリリースしている『ワイルドアームズ』シリーズ、そして、国内ではマイナースポーツゲームとして扱われていたにもかかわらず、国民的タイトルと呼ばれる域にまで昇華した『みんなのGOLF』シリーズである。安定型にも、なぜ安定しているのかという個々の理由はあるものの、端的に言えば、同じ人間が買っているということだろう。

元も子もない言い方かもしれないが、成長しているシリーズの購買層は既存+新規、安定では既存のみ、衰退は既存が離れていっている、ということにほかならない。

少々乱暴なまとめ方になってしまったが、なぜ新規を吸収できたか？　なぜ同じ人しか買わないのか？　なぜ既存が離れたのか？　の追求こそが次ページからのテーマでもあるため、ここでは詳細を割愛させていただこうと思う。

最後に衰退型だが、ここで取り上げるのはPS初のミリオンタイトルでありながら、いつの間にかハーフミリオンすら売り上げることができなくなった『バイオハザード』シリーズ、ギャルゲーブームの火つけ役、（一部で）社会現象にまでなった『ときめきメモリアル』シリーズである。どちらもコンシューマにおいては、その分野の開拓者の役目を果たしながら、その後の類似タイトルの大量出現やメーカーの迷走ぶりによって鳴りを潜めた（とまでは言えないかもしれないが）、ある意味で同情に値するシリーズかもしれない。

以上が、成長・安定・衰退型の各項目で取り上げるタイトルである。先にも述べたようにそれぞれのタイトルで事情があり、読者の皆様には、それぞれに考えさせられる部分があることと思う。

シリーズとして最低限求められること

最後になるが、成長・安定・衰退シリーズのすべてに言える、必要な要素には「共通概念」があるということに言及しておこう。

説明にはジャンルとしてのRPGがわかりやすいと思うので、参考例として取り上げさせていただく。このジャンルの特徴として、ここで言う安定型が圧倒的多数を占める傾向がある。質が落ちた、似たようなストーリーばかり、と世間の評価は辛口でも、一番数字が読めるという点は間違いない。

では、なぜ読みやすいのか？　ここで「共通概念」が出てくる。タイトルによって若干変わることがあるものの、「たたかう」「まほう」「アイテム」「にげる」などのコマンドの名称や基本的な並びは似ており、これが何を表しているか、といったシステムの把握がスムーズに行われやすい。このように、1作でもRPGのプレイ経験があれば、自然と身につく知識がある。それが「共通概念」である。

もともと、フィーリングによって購入の是非を下されることが多いゲームにおいて、ストーリーやキャラクターがほぼ変わることのないシリーズRPGは、安心して購入に踏み切れるジャンルだということだろう。

ただし先に述べた「共通概念」に関しては、共通する部分が大きければ大きいほど良いというわけではなく、かといって小さすぎても「どこが○○なの？」とされる事態も想定される。結局は、この「共通概念」の思惑がユーザーとズレた時に、安定型が成長か衰退に向かうということだろう。

編集部が選んだ9つのシリーズ。その現状と行く末を、次ページより感じ取っていただければと思う。

「ゲーム批評」にひとこと
隔月刊の雑誌で今後も続けてください。経済的に助かってますから。（福井県　ぺんぎん）

サッカー浸透度に頼るのではなく自らをサッカー浸透の礎として築き上げた成果

サッカーの一大イベント「W杯」。開催年に発売されるタイトルは多々あれど、毎年コンスタントにリリース、それも進化させ続けたことが実を結んだ。

TEXT BY 松田剛

ミリオンへの快進撃は98年に始まった

サッカーゲームの代名詞的存在であり、売れるソフトの常連ともなった『ワールドサッカーウイニングイレブン』（以下『WE』）シリーズ。『6』と『7』がミリオンセールスを記録し、その地位はもはや揺るぎないものとして広くユーザーに受け入れられている。

しかし、そんなモンスタータイトルも、96年に発売された初代『WE』では売上2万本に満たない、数あるサッカーゲームの1本でしかなかった。それが年月を経て、しかも沈滞化する業界と反比例するようにミリオンタイトルにまで成長した要因とは何なのか。シリーズの変遷を顧みながら検証していきたい。

『WE』シリーズが一躍サッカーゲームの雄として名をはせるのは『3』のとき。2作目の『97』でも、初代に対して約10倍の急成長を遂げているが、『3』の70万本超は驚異的な成長率である。『3』は98年5月に発売されたが、その背景にあったのは言うまでもなくW杯フランス大会という、サッカーの一大イベント。日本が初めて本大会に出場し、それまでサッカーに興味がなかった人までが当時の岡田武史監督を「岡ちゃん」と呼んでいた時期である。Jリーグ開幕とドーハの悲劇が重なった93年以来、沈静化しつつあったサッカーブームの再燃は、ソフトの売上へ貢献するに十分だったのだ。同年11月に発売された『WE3～ファイナルヴァージョン～』が約14万本の売上に終わったことを見ても、旬の話題の影響がいかに大きかったかを物語っている。

ユーザー心理をくみ取るマスターリーグの追加

98年にW杯の恩恵を受けた『3』以上のセールスを記録し、ミリオンの壁を突破するのは、次のW杯開催年となる02年発売の『6』まで待たなくてはならない。しかし、その間も『WE』シリーズは着実に足場固めを行っており、99年9月に発売された『4』は約58万本の売上を残している。

これは前年に起こったブームの余熱と、『3』の実績が影響している面もあるが、それ以上に大きかったのはマスターリーグというゲームモードを追加したことだと思われる。マスターリーグはユーザーが1つのクラブチームを選び、架空のリーグを戦いながら好きな選手を集めていくというもの。ドリームチーム作りはサッカー好きなら誰でも考えるものだが、それを単なるチームエディットではなく、プレイヤー、監督、そしてオーナーを兼ねる形で遊べる点が秀逸だった。しかも、日本のサッカーファンが前年のW杯



日韓W杯開催の1年後、シリーズとしての真価が問われた『7』は見事に、2年連続2度目のミリオンを達成した

を通じて世界への注目をさらに強めていたこともあり、そういったファン心理をタイムリーにくみ取る要素だったのである。近年では『WE』シリーズのウリとして、新作が出るたびにマスターリーグの改良点が注目されているが、もし『4』が前年の余熱に頼り切っただけの内容で終わっていたら、現在ほどの認知度は得られなかったかもしれない。

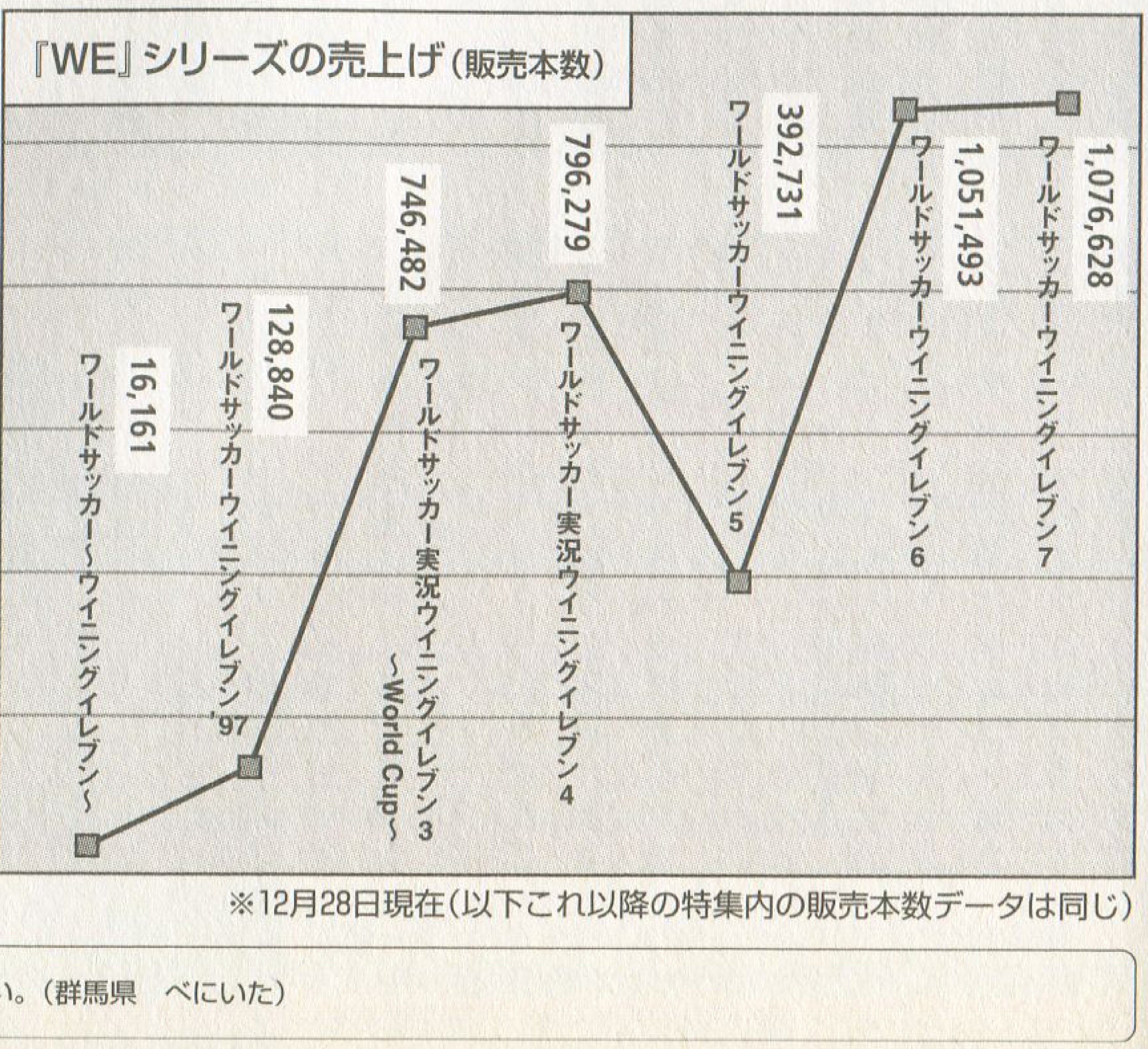
次の『5』は約50万本、『WE5ファイナルエヴォリューション（以下『FE』）』が約45万本と売上数を下降させているが、W杯イヤー以外でハーフミリオンを達成したのは地力の証明だろう。特にPS2という新ハードに舞台を移した『5』でいくつかのバグが指摘されたにもかかわらず、『WE5FE』での売上下降を最小限に食い止めたことは、既存ユーザーからの厚い信頼を物語っている。

そして98年の『3』以来、シリーズ史上2度目のW杯イヤーとなった02年4月。本大会開幕直前に発売された『6』は、ついにミリオンセールスを記録した。これまでの実績に加え、日韓共催という地元開催の異様なブームも手伝い、ミリオン突破は順当な結果だったのかもしれない。まさにW杯効果てきめんだったわけだが、翌年03年8月発売の『7』でもミリオンを突破し、『6』以上のセールスを達成している。

現実とともに成長したシリーズタイトル

W杯イヤーに売れるのはある意味当然だったとしても、開催年から外れた『7』でもミリオンセールスを達成したのは、まさに成長の証明と言えるだろう。この背景には、日本のサッカー文化自体の成熟があると思われる。確かに、Jリーグ開幕やドーハの悲劇、98年フランス大会といったブームは一過性に近いものだったかもしれない。しかしその過程で、サッカーを覚え、のめり込んでしまった人もまた着実に増えていた。その層を新規ユーザーとして取り込むだけのリアルさ（膨大な選手データや、必ずしもゲーム的ではない現実志向の操作性）が『WE』シリーズにはあったのだ。大げさに言えば、『WE』シリーズによって手っ取り早く世界のサッカーシーンを覚え、にわかファンからいっぱしのサッカーフリークに育てられたユーザーも少なくないはず。サッカー文化の盛り上がりとともに歩み、消えることなく実績を積み重ねてきたことが『WE』シリーズを成長型と呼べる証しなのである。これは現実をモチーフにしたシリーズタイトルとして、理想的なあり方ではなかろうか。

もちろん、盛り上がりに便乗してマイナーチェンジを繰り返したのではなく、常に進化を追求してきた開発スタッフの功績も計り知れない。このことについては、次ページからの『WE』シリーズ統括プロデューサー、高塚新吾氏のインタビューで明らかにしよう。



※12月28日現在（以下これ以降の特集内の販売本数データは同じ）

series_ Winning Eleven
type_ 成長型

『ウイニングイレブン』シリーズ
総合プロデューサー　高塚新吾氏インタビュー！

本物の競技を見ること実際に行うことによって見えるものがある

「自分たちがプレイしなくなったら終わり」という言葉が示すとおり、『ＷＥ』スタッフは一作ごとに振り返る、顧みることを忘れない。

TEXT BY 松田剛

開発の変遷に見るシリーズの成長

別稿にて、『ＷＥ』シリーズの成長の背景には日本のサッカー文化の成長があったと示したが、ただ便乗しただけで今日の成長はなかったはずだ。時代の流れに対応すべく、進化を追求してきた開発サイドのお話を統括プロデューサーの高塚新吾氏に伺ってきた。

――まずは『ＷＥ』シリーズの売上を振り返ったご感想を。

高塚■Ｗ杯があった98年の『３』は売れましたけど、実力的には伴ってなかったと思います。Ｗ杯の影響は大きかったので、『４』や『５』に関しては、数字が落ちるのも予想していたことですし。『６』はミリオンを目標にしていて、４年越しで達成できたことになりますね。『７』があんなに早い時期にミリオンを突破したのは、正直言って嬉しい誤算でしたよ。

――近年は、１年に２本ペースで落ち着いていますね。

高塚■１年１本ではデータが古くなるし、『ＦＥ』が出るときは開発のやり方も変わるんですよ。『６』から『７』へ、みたいに数字が変わるときはチームを増やしたり大きな部分で変えるんですけど、『ＦＥ』はそういうのがない分、内部的なＡＩとかに時間をかけることができるんです。より完成度の高いものを作るので、こちらとしてももっともっと遊んでもらいたいんですよね。

――定期的なリリースで着実に成長しているのは、日本でのサッカー文化の浸透度、サポーター層の成熟度が影響しているのでは？

高塚■『７』のミリオン突破もそのおかげでしょうし、『３』もそうでしょう。ドーハの悲劇とかＪリーグ黎明期のブームはにわか的なもので、サッカーの本当の面白さを多くの日本人サポーターはわかってなかったけど、98年の頃は日本人サポーターの目も肥えてきましたよね。われわれスタッフも似たような道を歩んできています。

サッカー好きだけが務まる『ＷＥ』開発スタッフ

――スタッフの方はサッカー好きが集まっているとのことですが。

高塚■それはもちろんそうです



株式会社コナミコンピュータエンタテインメント東京
『ウイニングイレブン』プロダクション
総合プロデューサー　高塚新吾氏

が、実は開発スタート当初、スタッフにサッカー経験者はほとんどいなくて、『5』くらいまではほぼ未経験者で作っていたんですよ。でもこうして長くやっていると、学生時代に『WE』も実際のサッカーもやっている人が、『WE』しか作りたくないと言ってスタッフに入るようになったんです。そういう人が増えてきてフットサルチームを作るようになって、僕も下手なりにプレイすると、やっぱり観戦するだけとは全然違うんです。トラップひとつ取っても思っていたより難しいとか、肌で感じたものをゲームにフィードバックできています。スタッフもうるさいやつがそろっているから厳しい指摘が多いので、『6』辺りからゲームも変わってきたと思います。

――『WE』シリーズはユーザーの意見・要望を反映させているとおっしゃっていますが、それはどこから拾い上げるのでしょうか？

高塚■ネットはもちろん見ますし、否定的な意見を抽出したデータも作ってあります。しかし何といっても、スタッフがやり込んでいるのが大きいですね。仕事が終わると、ほぼ毎日大会が始まっちゃうんですよ。それが何年も続いています。とことん仕事して、とことんゲームします。僕も含めて、スタッフが遊ばなくなったら終わりでしょう。ウチに特別な天才はいないけど、純粋に時間をかける分、意見のサンプルには事欠かないですよ。

――実績が呼んだ産物というわけですね。ちなみにW杯前後は多数のサッカーゲームがリリースされますが、結果を得られなかったそれらと『WE』との差は？

高塚■われわれも作る時間が足りないわけですし、継続的に作らないところで足りるわけがないと思うんですよ。われわれの提供しているものは、ただ一直線に作っているんじゃなくて、膨大な試行錯誤の中で作っては捨てているリトライの連続なので、時間をかけないと無理なんです。ウチはもう、ベタに時間かけますから、4年に1本とでは差が出ると思いますよ。

――では、ほかのタイトルから影響されるものはない？

高塚■どんなことを意図してやっているのか、とかは見ますけど、参考にするという意味ではないですね。ウチが参考にしているのは本物のサッカーだけですから。ウチは、2年連続でミリオン突破して、サッカーゲームの看板を背負ってるという意識がようやく芽生えてきましたけど、勝ち組とか思ったことないですよ。だって、スタッフ全員が今のものでもデキが悪いって言いますから。僕自身も全然満足してなくて、フットサルやったときに感じる1対1の楽しさとか、もっと再現したいんですよ。選手でいえば、フィーゴみたいな技巧派選手の強さを再現したくて日々取り組んでいますね。

――『WE7インターナショナル』（以下『WE7I』）でメディアがDVD－ROMに変わりますが？

高塚■CDでの容量が『WE7』で満タンになって、『WE7I』は多言語にもなるのでDVDにしました。でも、PS2のメインメモリ自体がもう一杯一杯なので、メディアが変わったからといって表現できる容量が増えるわけではないんですけどね。あ、でも『WE7I』は面白いですよ。ヘディングとかドリブルのバランスが良くて、モーションの追加とかに頼らずAIの調整にひたすら努めたんです。歴代のシリーズで見ても、ここまでプレイのバランスが取れたのは初めてですね。期待してください。

制作への熱意とは、言葉にすると陳腐でも、結果が出ることで美しくまとまる。幾多のサッカーゲームの中から生き残り、成長してきた要因は、意外と単純なことだったのかもしれない。

最後に、高塚氏の言葉の中に成長への思いが見て取れるものがあったので、それを紹介しておく。

「ウチは新規ユーザーの開拓も当然しますけど、長年やって飽きているユーザーもいるはずなんです。そういう方に長く遊んでもらえるように、いろいろな工夫を考えていますよ。そういう意味では〝WEらしさ〟なんて要らないんですよ。マンネリになるだけだから」

「ゲーム批評」にひとこと

個人的な要望としては、ある特定のゲーム界の事象を「叩く」ことで話題性を得ようとするような傾向はできるだけ避けてほしい。以前のXBOX特集はそのような傾向が少し感じられて残念でした。（北海道　榊祐一）

series_Summon Night
type_成長型

今の時代にこそ必要なSRPGの伝道師的シリーズ

カワイイ&美形なキャラクターからして、軟派なゲームに見える『サモンナイト』。しかし、それ故に、より多くのユーザーにSRPGというマニアックなゲームの面白さを伝える可能性も秘めているのだ。

TEXT BY 藤原修二

時代遅れのゲームと映像

PS2が発売された00年3月。その約2ヵ月前に『サモンナイト』の第1作目は登場した。PS2が下位互換を実装していたため、PS→PS2への移行は、かなり緩やかなものとなるが、それでもSCEやスクウェアが中心となり見せつけていた3Dポリゴン映像の進化は、時代の大きなトレンドとなっていた。

そんな中、このゲームはPSで、ドット絵、クォータービューのSRPGとして登場する。見た目としては、当時でも古い印象だ。ジャンル的にも、ややマイナーなものだろう。数万本という売上が、当時の注目度を何より物語る。SSでカルト人気を得た『ブラックマトリクス』の制作会社が作ったという点が、一部マニアの間で注目されたぐらいだろうか。シリーズの大きな魅力でもある黒星紅白（現在は飯塚武史）氏も、まだこの頃は無名だったように思う。

だが、そのシリーズは確実な成長を見せることになる。1作目では6万本程度だったのが2作目では14万本、そして去年、PS2で発売された3作目はとうとう23万本を突破した。これは、大いに賞賛すべき結果だ。縮小傾向が止まらないゲーム業界において、まったくのオリジナルタイトルから立ち上げ、これだけの結果を残すのは極めて難しい話なのだから。

秀逸なキャラクターバランス

シリーズ最大の魅力。それは多彩なキャラクターにつきるのだが、このシリーズが優秀なのは、男女どちらのユーザーからも、同じくらいの熱量でキャラクター人気があるということだ。単に美形キャラを並べるだけでは、このようにはならない。男性ユーザー、女性ユーザーそれぞれに受けるツボは異なるし、また、そのツボも場合によっては嫌悪感を招いてしまうことも少なくないからだ。

そのための絶妙なバランスを、このシリーズは持っている。シリーズ1作目から一貫して主人公キャラクターを男女両方から選べるようになっていることからも、メーカーがかなりこだわっている点だと思う。おそらく、『ブラックマトリクス』において男性のご主人様を隠しキャラとして入れたことが（通常は女性）、その試金石となっているのではないか。

筆者の個人的感覚だが、これと同じレベルのバランスを持つゲームとなると、『FF7』『ファイアーエムブレム』など、数タイトルしか思いつかない。

もちろん、イラストレーターの存在も大きい。1作目のときはそうでもなかったが、2作目が出る

頃には、いくつかの小説の挿絵も担当し（『キノの旅』など）、かなり知名度が上がっていたのだ。

SRPGの持つポテンシャル

SLGパートをクリアすることにより物語が進行。戦い方次第でキャラクターの成長が変化していき、また場合によっては物語が分岐するようになる……。SRPGというジャンルの基本的な流れで進行するこのシリーズ。『ファイアーエムブレム』（90年）から始まった歴史のあるジャンルだが、タイトル数的にはあまり多くない。マス単位で作られた画面構成が、どんどん派手になっていく時代に合わなかったという点もあるし、SLGとSRPGの要素が絡むため、ユーザーに敷居が高い印象を与えてしまうという点もあるだろう。



物語も恥ずかしいぐらいにわかりやすい展開
しかし、だからこそ多くの人が親しみやすい

だが、ハマったときのユーザーの思い入れは他ジャンルよりも強い。おそらく、ひとつひとつの戦闘にユーザーがかかわる要素が多いためにキャラクターに対して思い入れ、そして物語への思い入れが強くなっていくからであろう。

明らかにライトユーザー向けのジャンルではないSRPG。ゲームをやりこんだり、ゲームのキャラクター・物語に熱くなれる人のためのジャンルだ。しかしゲームバブルがはじけた今、こういったゲームを求める人は、決して少数派ではなくなっている。『3』の25万本という数字がその証明だ。これは現在の市場ではベスト40に入る数字なのだ。

現在、少子化の影響もあり、ゲームユーザーの数は減っていると言われる。そのために各メーカーは新しい客層の開拓や、離れていったライトユーザーをもう一度、引きよせようと努力している。それは正しい方向性ではあるのだが、同時に、メーカーの体力が要求される方向性でもあろう。

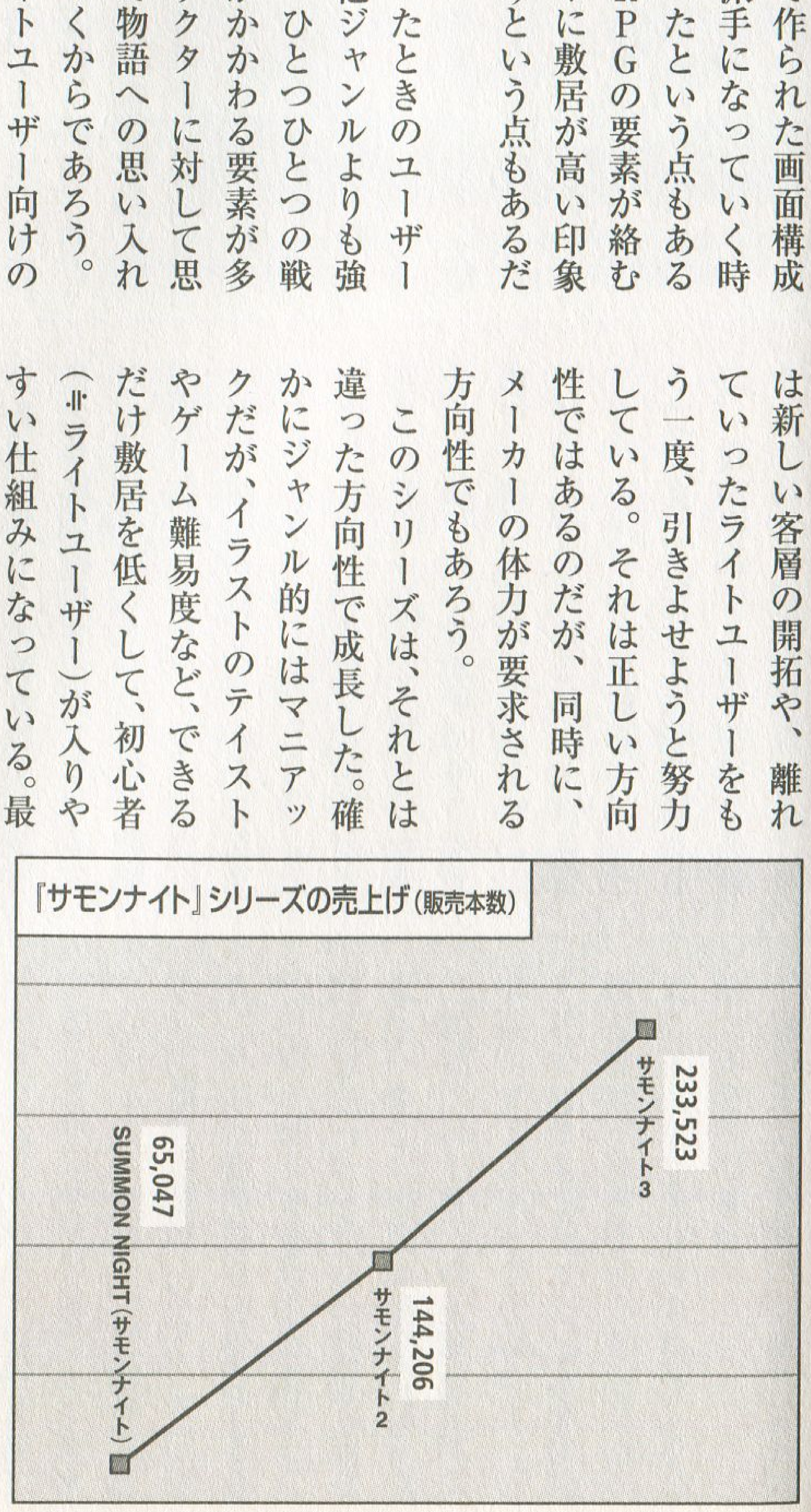
このシリーズは、それとは違った方向性で成長した。確かにジャンル的にはマニアックだが、イラストのテイストやゲーム難易度など、できるだけ敷居を低くして、初心者（≒ライトユーザー）が入りやすい仕組みになっている。最初はゲーム慣れしている人にしか受けなかったかもしれない。しかし、この敷居の低さが倍倍に増えていくユーザー数につながった。

バリバリのハードゲーマーにとっては、確かにもうひとつ、やり応えがないゲームかもしれない。しかしSRPGという特殊なジャンルでありながら、初心者〜中級者レベルのユーザーにとって十分に楽しめる難易度バランスになっているのは実にお見事。

ゲームを始めた人が次のステップに進むために、果てはマニアになるために。このバランスこそが、ライトユーザーも買う大作ゲームと、マニアしか買わないゲームの二極化が目立ちつつある今のゲーム業界において、最も必要なバランスなのではないか。

最新作になっても、変わらない画面構成とゲームシステム。一見、時代性に合わないように見えて、実は今の時代に必要なものがつまっているシリーズ。『サモンナイト』の真髄はここにある。

『サモンナイト』シリーズの売上げ（販売本数）



「ゲーム批評」にひとこと
誤字、脱字が目立ちすぎます。少し読者への甘えを感じます。良いゲーム雑誌なのだからぜひ、頑張って下さい。（神奈川県　イッチー）

マルチ展開シリーズの隆盛

正規ナンバーを持たない、いわば元あるものの派生として生み出されたタイトルは新たな核を生み出しうるのか!?

TEXT BY 天野譲二

マルチ展開を図る作品といっても、広義では企画当初から「メディアミックス」を意図した作品も含まれるのだが、ここでは大ヒットを飛ばしたが故に、その作品を核に後づけ的にシリーズ展開を行った作品を中心に取り上げよう。

こういった展開が行われる根本的な原因は、1つのヒット作に便乗してあまり売りのない別の商品を売り込もうとする意図の存在だ。

ただし、これについて触れる前に昨今のコンシューマ機市場がPS2とGBの二強である点を踏まえておかなければなるまい。サードパーティにとって食指が動くのはPS2とGBという、性能もベクトルも違いすぎるハードであり、必然的にヒット作の展開を図る場合、GB版は「外伝」という扱いになりやすい。

これのわかりやすいパターンが、『DQ』と『DQモンスターズ』、『FF』と『FFタクティクスアドバンス』や『聖剣伝説』、『テイルズオブ』シリーズと『テイルズオブザ ワールド なりきりダンジョン2』などであろう。これらは、すみ分けがうまく行われている派生ソフトに分類される。

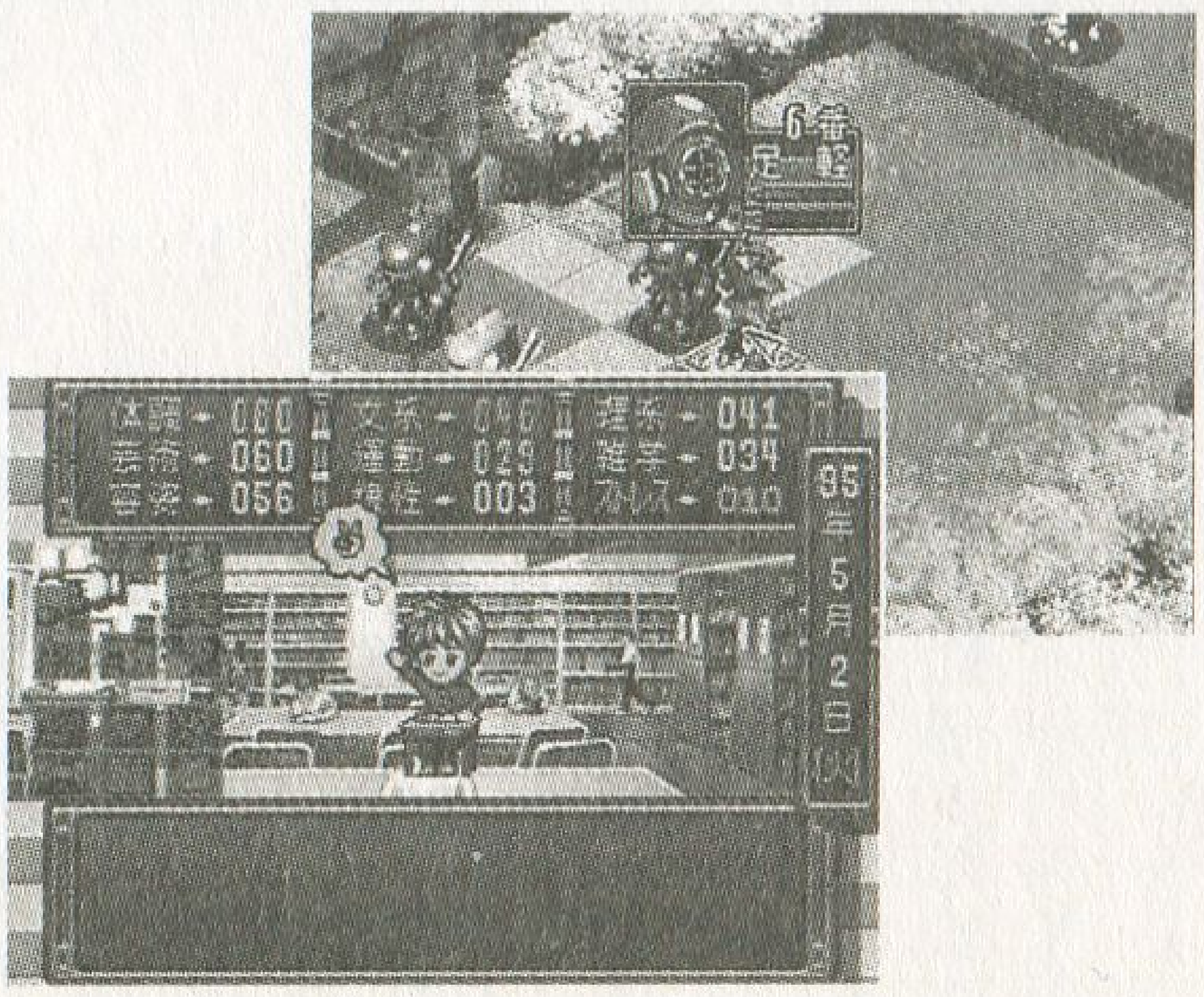
やりすぎが目立つ派生タイトル

とはいえ同様にGB版で『サクラ大戦GB 檄・花組入隊!』を出している『サクラ大戦』シリーズは、本編が4作しか発売されていないにもかかわらず、GB版に限らず、関連ソフトがその倍以上は発売されている。『花組対戦コラムス』『サクラ大戦オンライン』のように純粋なゲームソフトもあるが、ほかは『サクラ大戦 花組通信』といったファンディスクレベルのものが目立ち、『FFX』のリサイクルソフト『FFX—2』がかわいらしく見えてくるほどである。『5』に関しても、『サクラ大戦物語』など数本が「サクラ大戦ワールド・プロジェクト」として発売を予定されており、派生ソフトのオンパレードある。

『サクラ大戦』が東の横綱ならば、西の横綱が『ときめきメモリアル』シリーズである。『1』ではそれでも『ドラマシリーズ』などの良質なソフトもあったが、『2』以降はEVS用データをオプションディスクにして販売したり、『Substories』シリーズで同人レベル未満の商品を発売するなど、群を抜く低レベルな派生ソフトを放出し、『3』への不安感をあおりまくった点は記憶に新しい。

実際、ユーザーの目もシビアになってきており、こういった、キャラクターさえ出せばどんな商品でも売れるだろうというもくろみは、あまりうまくいかないようになってきている。

最近ではD3・パブリッシャー



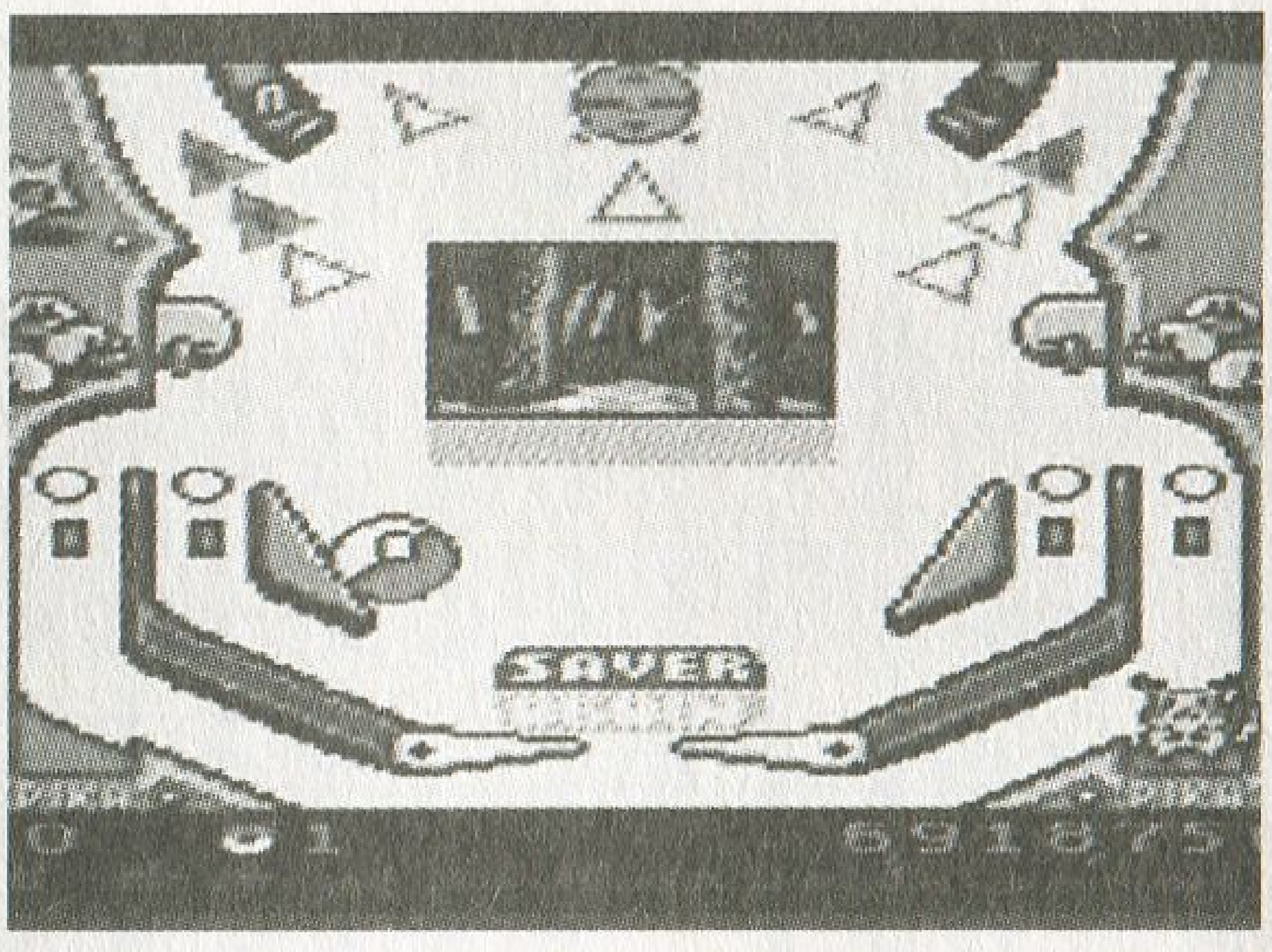
右上が『サクラ大戦』、左下が『ときメモ』。システム面でも良いものを持っていたが、メーカー側が活かしきれなかった面はある

が盛んに各種ゲームへ『ラブソングス』の双葉理保を出演させたり、テクモが『DEAD OR ALIVE』シリーズのキャラクターを『NINJA GAIDEN』に出張させたり、ナムコの『ソウルキャリバーII』にリンクや平八が飛び入り参加したりと、「単体で商品力のあるソフト」に華を添えるレベルでの展開も目立つ。この辺りに来ると「キャラクター展開」なのか「マルチ展開をするシリーズ作品」なのか、境界線があいまいだ。

得意としているのは任天堂

こういった展開の草分けが『マリオ』シリーズだろう。『ドンキーコング』でデビューして『スーパーマリオブラザーズ』で世界的なキャラクターとなったマリオは、常に任天堂ハードをけん引する大黒柱として活躍し続け、パズル、RPG、レース、ワリオやルイージのゲームなど、数限りない派生作品が発表されている。

この種のキャラクターを流用した商品戦略は任天堂の十八番で、かつ同社の重要な戦略のひとつとなっている。最近では『ポケットモンスター』がピンボールやらカードゲームやら、マリオ以上に活発な展開を見せている。



『ポケモン』キャラクターが散りばめられているだけで豪華な印象を受ける、と思わせるのが任天堂の戦略

こういった展開が許されるのは、任天堂がコンシューマゲーム機市場でのビジネス展開をかつてはほぼ独占していた過去からの蓄積に依存する部分も大きいが、それだけ万人に受け入れられる良質のソフトが多い、そしてキャラクターもまた受け入れられやすい、という理由があってだろう。知名度があり、消費者に反発を感じさせないという点は、キャラクタービジネスにおいて重要である。

しかしこれは、もろ刃の剣でもある。キャラクターが付加的な、プラスαのお楽しみレベルならまだしも、キャラクターをスターのように扱い主演作を連発するということは、そのキャラクターブランドの摩耗を早めるだけである（むろん出し惜しみすぎて腐らせるのも問題だが……）。

せっかく新規に面白いゲームを作っても、「なんだ、ありもののゲームにキャラクターをかぶせただけのキャラゲーか」と判断されて商品を殺してしまったり、キャラクターそのものに愛着のない人にはアンチとまで行かなくとも、ギャルゲーのように「買いにくい」と思われ無視されることも考えられる。

メーカーにとっては、キャラクターをスター＝看板にしてその出番を増やすことが大切に思えるかもしれないが、マリオとパズルをしたり、カービィがカートを乗り回したり、ピカチュウでカードゲームをしたいと思っているユーザーばかりではないし、何にでもつき合おうと思っているユーザーは多くないのである。

そして「『マリオ』シリーズ」は増えたけれど、じゃあ正道『スーパーマリオブラザーズ』の後継作品は？　と聞かれても、どれがどれだかわかりづらい。多すぎる派生作品が、核となる作品の存在さえもくすませてしまうのである。

とはいえマルチ展開を図るシリーズすべてが否定されるわけではない。たとえば『ウイイレ』シリーズから『サカつく』ユーザー狙いで投入された『ウイイレ　タクティクス』、『ウイニングポスト』と『G1ジョッキー』、『プロ野球チームを作ろう！』と『プロ野球チームで遊ぼう！』のように育成データの連携を図ったシリーズ展開というのも、面白い試みである。『不思議のダンジョン』シリーズが『DQ』の派生ソフトから一本立ちして定番化したように、作り込んだ作品ならば、それが新たなる核と成りうるのである。親の七光に負けないスターが出てくることを祈ろう。

series_pokémon
type_安定型

ふたを開けてみれば驚くほどシンプルな戦略が道を拓いた

リアルに「つなぐ」ことにこだわりを持つ任天堂が、それを持つに至った理由は『ポケモン』にあった。

TEXT BY 池谷勇人

ライバル意識を利用したネットワーク化の巧みさ

国内累計約2千万本、全世界累計で約1億本を販売する怪物シリーズ――その正体は、世界最大級の規模を誇る多人数参加型ネットワークRPGだ。

「怪物」とは言うまでもなく『ポケットモンスター』(以下『ポケモン』)のこと。シリーズ第1作『ポケモン赤・緑』(96年)は、発売当初こそ低空飛行が続いたが、コミック連載開始が火種となり、やがて小中学生を中心に爆発的な人気を獲得。追加受注を重ね、発売からおよそ半年後にはミリオンセラーを達成した。その後も約4年間にわたるロングランを記録し、GBを再び人気機種へと引き戻す牽引役にもなった。

ゲームの舞台は、ポケモンと呼ばれる不思議な生き物たちが人類と平和に共存している世界。ここではポケモンを捕獲・育成して戦わせる「ポケモンバトル」が盛んに行われており、プレイヤーは世界一のポケモントレーナーを目指すひとりの少年として、パートナーのポケモンとともに、ある日冒険の旅に出ることになる。

ゲームはオーソドックスなRPG形式で進む。フィールドを歩き、野生のポケモンや他のトレーナーに遭遇するとバトルに突入。自らのポケモンに指示を出し、相手ポケモンのHPをゼロにすれば勝利となる。野生のポケモンは捕獲し、仲間にすることもでき、自分だけのチームを育てることが可能だ。フィールドを探索し、151種類すべてのポケモンを集め、「ポケモン図鑑」を完成させるのもゲームの目標となっている。

本作では通信ケーブルを使うことで他のプレイヤーとの対戦やポケモンの交換が可能。離れた友達同士でパーティを組めるわけでもなく、ただその場その場でつないで交換・対戦するだけ。中身はシンプルだが、これこそが冒頭で述べたネットワークの正体である。

ほんの一瞬でも「つながる」可能性を得たときから、『ポケモン』はGBを飛び出し、現実そのものを広大なフィールドに変えた。スタンドアローンのゲームなら、いくらキャラクターを育てたところで行き着く先は自己満足でしかないが、もしも対戦・交換する相手がひとりでもいれば、それは現実に比較価値を持つ「生きた」データになる。子どもたちは身近なライバルや、まだ見ぬ強敵を想定し、ひたすらポケモンの育成に夢中になった。たとえつながるのは一時でも、常に他人をライバルとして意識しながらポケモンを育成する楽しさは、まさしくオンラインゲームのそれにほかならない。

通信を促すための仕掛けも巧妙だった。『赤』と『緑』ではそれ

ぞれ出現するポケモンが異なり、他バージョンとの交換なしには図鑑のコンプリートは不可能。交換したポケモンは成長速度が1.5倍になるなど「ごほうび」もふんだんに用意された。こうして『ポケモン』は子どもたちの間にローカルなネットワークを急速に張り巡らし、やがてアニメやコミックのヒットを経て、共通の「遊びのツール」として定着した。

延命処置はどこまで続くのか？

現在発売されている『ルビー・サファイア』は、大ざっぱに分ければ3作目にあたる。初代は言うまでもなく『赤・緑』、2作目は『金・銀』。そのほかの『青』や『クリスタル』といった「色違い」は、ポケモンの出現率が違ったり、ちょっとしたオマケ要素が追加されたバージョンアップ版だ。

しかし、あらためて振り返ってみるとこのシリーズ、実は初代からほとんど進化していない。時計機能を追加したり、タマゴや木の実、タッグバトルや秘密基地といった新要素で毎回ユーザーを飽きさせないのはさすがだが、ゲームの根本部分については初代からほとんど変化がなく、いまだ「新しい楽しさ」の開拓には至っていない。それでも長期間にわたり、いつ消えるかもわからない不安定なネットワークを維持している点は十分に評価できるのだが……。

任天堂が「オンライン」になかなか踏み切らず、かたくなにリアルな「つながり」を重要視する背景には、少なからず『ポケモン』の成功による自信と自負があると見ていい。しかし逆に、『ポケモン』があるからこそ、次のステップに踏み切れないのではないか。

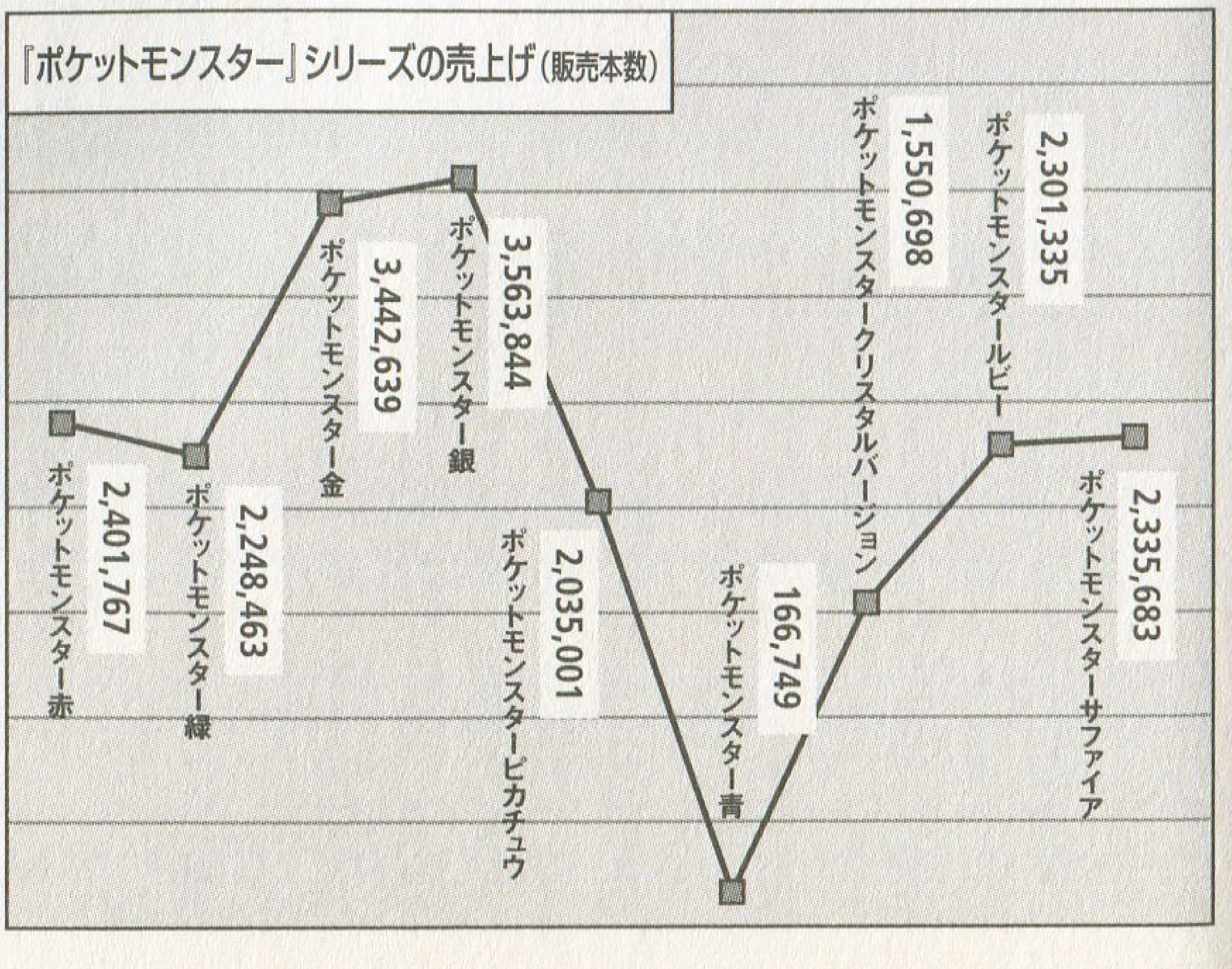


ゲーム中に出てくる敵キャラたちも、特徴的なポケモンを使ってくるので、対人戦のための戦略の組み立てなどの参考となる

ユーザーが『ポケモン2』を望んだとしても、現状をリセットし、新たなネットワークを築くのはおそらく不可能だろう。結局は現状を維持しつつ、新ポケモンや新要素を追加しただけの「拡張パック」で商売していくしかなくなる。『ルビー・サファイア』では登場ポケモンのほとんどを刷新し、従来のファンから不満が噴出したが、これは後の『ファイアレッド・リーフグリーン』へつなげるためのあざとすぎる延命策ではないか。

それでも『ポケモン』は終わらないだろう。次回はきっと『ゴールデンサン・シルバームーン』（多分）が出るに違いないし、それもミリオンを軽く達成してしまうはずだ。そこまで引き延ばせれば、GBAでの『ポケモン』戦略としては大成功だろう。しかし、そこには質的革新はなく、あるのはヨコへヨコへと広がる「量的拡大」のみ。モバイルアダプタや無線通信で「つながり」の幅を広げても、はたしてそれがどれだけの変化をもたらすかは疑問である。

進化の道を閉ざされた今、残されたのはひたすら延命、延命の道だけだ。とすれば、ある意味ではもうとっくに終わっているシリーズなのかもしれない。



「ゲーム批評」にひとこと
ソフト批評の数を増やしてほしいです。また、ソフト批評をやった人同士によるその批評の審査もやってみても悪くはないんじゃないでしょうか？（静岡県　よしたろ）

series_スーパーロボット大戦

type_安定型

現状では優れていると言わざるをえないが“無敵”とは言えない難題を抱えるタイトル

常に安定した売上を維持し続けている、FC時代からのシリーズタイトルの大御所は今を見る限り成功と言える。

TEXT BY 多根清史

往年のアニメヒーローを今の世によみがえらせ、「ロボット再生工場」の感がある『スーパーロボット大戦』（以下『スパロボ』）シリーズ。平均して約50万本のセールスを続ける快進撃ぶりは、昔から愛された原作の人気によりかかる「金城湯池」と見られがちだ。

しかし、『スパロボ』も、スーパーロボットさながらの“無敵”とは言えない弱点を抱えている。1つには、原作とともに、ファンも確実に高齢化していくということ。『スパロボ』の中でも長老にあたる「マジンガーZ」など、もはや30年以上前のアニメだ。「東映まんがまつり」に通った元・子どもたちが、老眼鏡の世話になる日は遠い未来ではない。「ファンの若返り」が、避けられない課題として突きつけられている。

2番目の問題としては、「スーパーロボット自体の高齢化」である。「ゾイド」（99年）から、最近では「トランスフォーマー スーパーリンク」など、ロボットの表現に3Dモデリングを導入するTVアニメが増えている。まだ大半には程遠いにしろ、従来の2Dセル画の手法も、経年劣化の波にさらされつつあるのだ。

以上2点に対して、『スパロボ』シリーズはいかなる努力を払ってきたのか？　PS以降の作品（携帯ゲーム機用を除く）について、考察していきたい。

初期スパロボの試行錯誤

『第四次スーパーロボット大戦S』は、PS用、つまりCD－ROMを搭載した家庭用ハード向けの「スパロボ第一号」だ。内容は、SFC用の無印『第四次』と大差なく、キャラクターの音声と、各原作の主題歌などが聴ける「カラオケモード」が追加された。

この『S』のあと、『新スパロボ』が前作を上回る売れ行きを記録したが、いかんせん方向性が違いすぎ、評判の芳しくなさ（主にロード時間の長さと、シナリオの不整合性）に続編がためらわれたのだろう。以降のCD版『スパロボ』は、『S』のマイナーチェンジとして展開していく。

次にラインナップされたSS版の『F』は、当初は1本完結が予定されていた。しかし、『S』をひな形にしながらも、ほとんどオリジナルに近い作り直しをしたのが響き、発売日は延びに延び、挙句に『F』と『F完結編』の2本に分けて発売されることになった。

とはいえ、当時ブームだった「新世紀エヴァンゲリオン」と、カルト的な人気の根強い「伝説巨神イデオン」の2作を無理してでも入れたのは、非常な好印象を与え、2本ともに50万本超えを果たした。もっとも、「無限力イデ」

「ゲーム批評」にひとこと
ゲーム雑誌の再批評が良かったです。誌面レイアウトをプロの目から見ているところが斬新で面白かった。（愛知県　紫紺の星条旗）

という厄介な要素に手を焼いたのか、それっきり「イデオン」は姿を見せなくなったが……。

その後、『F』の2本はPSへと里帰りしたが、前編は約29万本、後編は約18万本にとどまった。このプラットホームの移動を「より広いパイの獲得」狙いとすれば失敗、「データ資産の流用」と見れば成功、と評価が分かれる。

世代交代の光と影

『スパロボ』シリーズが長年続くうちに、ユーザーもハードの世代も移ろいゆく。その変化へのアプローチには、(1)中身(ゲーム内容)を変えずに器(ハード)を変える、(2)器に応じて中身も変えるという2通りの方法論が考えられる。(1)がうまくいけば、主流にはなりえないにしろ、1本の柱に成長するはずだ。



夢のスーパーロボットたちが、もっさりとした動きでパンチやキックをするのは、アニメと違ってなんとも言えない滑稽さに満ち溢れている

そして(1)に従って作られたのが、PS用の『スーパーロボット大戦コンプリートBOX』(『第2次』『第3次』および『EX』)、(2)に対応するのが『α』である。前者と後者の発売日が半年程度しか違わないことから、2本のラインは競合的、ないし補完的な扱いを受けていたと見られる。

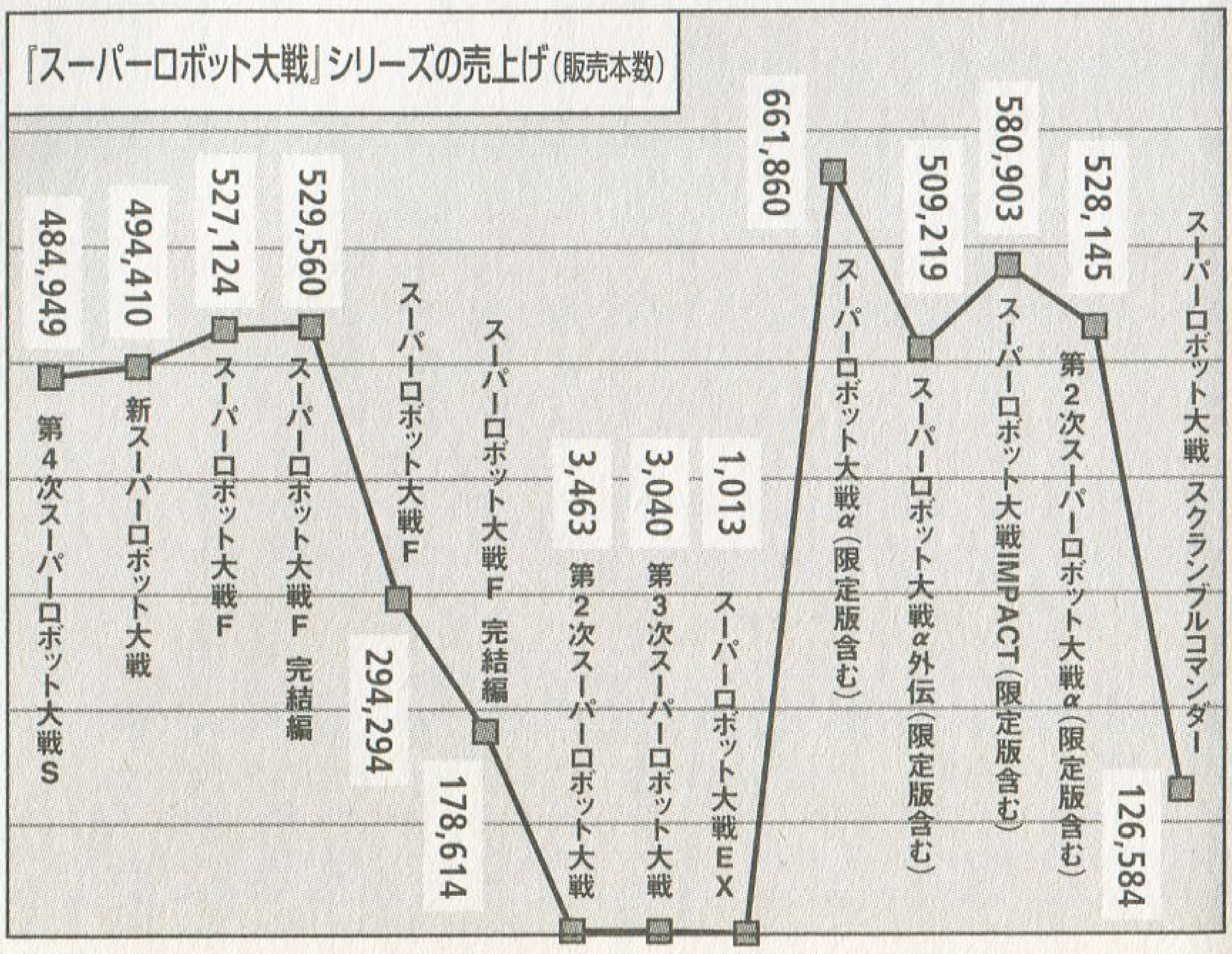
結果は、(2)が過去最高の約66万本という、圧勝に終わった。(1)は市場に一蹴された、と言っていい。旧作に「パイロットの乗り換え」や「精神コマンド」を追加して、システム面を新作と同等にしたにもかかわらず、だ。

(1)の敗因は、「古くさい」という先入観にあるのではないか。2本柱をなした組み合わせが、(2)を半年後に控えたせいで、「古くささ」を強調した皮肉がある。ノスタルジアを商品性に変えた『スパロボ』も、一方では新しさが求められる「現代のゲーム」ということだ。

シリーズ作品の評価は、その次回作の売上に反映されることが、ままある。その意味で、『α』と正反対のケースが、『IMPACT』だ。単品で見ると、約58万本もの大ヒット。しかし、その直後の『第二次α』が約52万本と、前作には及んでいない。背景にゲーム不況があるにせよ、作品としての平均的な評価は正反対なだけに、後者が「足を引っぱられた」とも解釈できる。

『IMPACT』の短所は、まさに「ゲームらしさを追求しすぎた」点に集約される。完全に3D化されたマップは可視性が至って悪く、1面あたり2時間かかるステージが全100面。まだ過半を占める社会人ユーザーにとって、過剰な「やり込み性」である。

最後に、昨年の11月、『スパロボ』最新作の『スクランブルコマンダー』が発売された。が、本作は『スパロボ』というより、『ジオニックフロント』の系譜に連なる、リアルタイムシミュレーションだ。『スパロボ』と付いたから実力以上に売れた、と見るべきだろう。『スパロボ』は新しすぎても古すぎてもいけない。その間に揺れる歩みは、おぼつかない千鳥足から、確かな足取りに変わりつつある。



「ゲーム批評」にひとこと

今号(Vol.54)は久々というか、初めてかもしれませんが、普通に面白くなかったです。特集のチョイスがミスだったのでしょうか……? ゲーム批評を読んだ気がしてません。(東京都　かえるあたま)

series_WILD ARMS
type_安定型

RPG史に残る傑作がもたらした栄光と悲哀

安心して遊べるRPGとしての評価が高い『ワイルドアームズ』シリーズ。だが、そこには常に、熱烈な支持を受けた第1作の影が忘れ難く残っている。それが第2、第3作の評価を不当に下げていないだろうか？

TEXT BY 水野隆志

「時代を代表する」という言葉がふさわしい第1作

96年の年末に発売された第1作は、間違いなくRPG史に残る傑作だった。コンシューマ市場は、94年から32ビット機（またはそれ以上の高性能を持つハード）時代に入ったが、16ビット機時代最大の花形だったRPGの分野では不作が続いていた。その留飲を下げ、ファンをして「これぞRPG！」と快哉を叫ばせた作品が、第1作だったのだ。

明確なテーマを持った物語、それを的確に見せていく数々のエピソード、丹念に造形されたキャラクターたち、多彩なシステムを持つ戦闘、そして世界各地に潜む幾多の強大な敵……。

本編が40時間程度でクリアできるというのは、当時のRPGからいえば短いほうだったが、実際には相当なやり込み要素があり、しかもそれが無類に楽しい。今こうして原稿を書いていても、あの白い魔獣に勝つべく奮闘していた頃が思い出されてくる。なんとも言えない、幸せな思い出だ。

このとき、ファンの脳裏に『ワイルドアームズ』（以下、『WA』）の名前は深く刻み込まれた。あえて極端な言い方をすれば、32ビット機では「もう昔楽しんだRPGは遊べないのではないのか」と危ぐしていたファンに、「そんなことはない」と応えた作品だったのだ。先にRPG史に残ると言ったのも、単に作品の出来だけではなく、この功績が大きいと考えればこそである。

続く2作を苦しめる「1」の呪縛

99年9月、待望の第2作が発売された。その内容が明らかになったとき、第1作のファンはいかなる感想を抱いたのか。きちんと調査したわけではないから、安易なことを言ってはいけないだろうが、おそらく失望が大きかったのではないかと思う。

ただし、ゲームの出来が悪かったわけではない。第1作に比べてやれることが多くなっており、シナリオも長めになったため、テンポのよさが低下した感は否めない。だが、トータルで見れば、充分に遊べるRPGだった。物語が重い話になっていたのは好き嫌いを分けたかもしれないが、ストーリー展開自体が大きく破たんしていたわけではない。

ファンが失望したとすれば、それは次の一語に尽きるだろう。

「第1作のキャラがいない」

そう、主役たちが変わってしまったこと。言い換えるならば、再会できると思っていたロディやザックやセシリアに会えなかったこと。これが原因だったのだ。第2作の販売本数は第1作に比べて約

「ゲーム批評」にひとこと
PCのゲームをもう少し取り上げてほしいですね〜。俺はすっかり家庭用ゲーム機は触らなくなりました（笑）。（京都府 連打馬鹿）



列車強盗というオープニングから始まる第3作は、シリーズ中、もっとも西部劇らしい作りになっている。

半分に落ち込んでいる。その理由は1つではないだろうが、主人公たちが総入れ替えになったことの影響は無視できないだろう。

第2作の登場によって、『WA』は、『FF』のようにタイトルこそ共通しているものの内容的には各作品が独立しているシリーズであることが確定された。これは02年3月発売の第3作によって、さらに補強される。舞台となる世界の名前は3作を通して同じだが、それは単に名称に過ぎず、実際には世界も歴史も登場人物もすべて異なる。そこはもう、第1作とは違う世界なのだ。

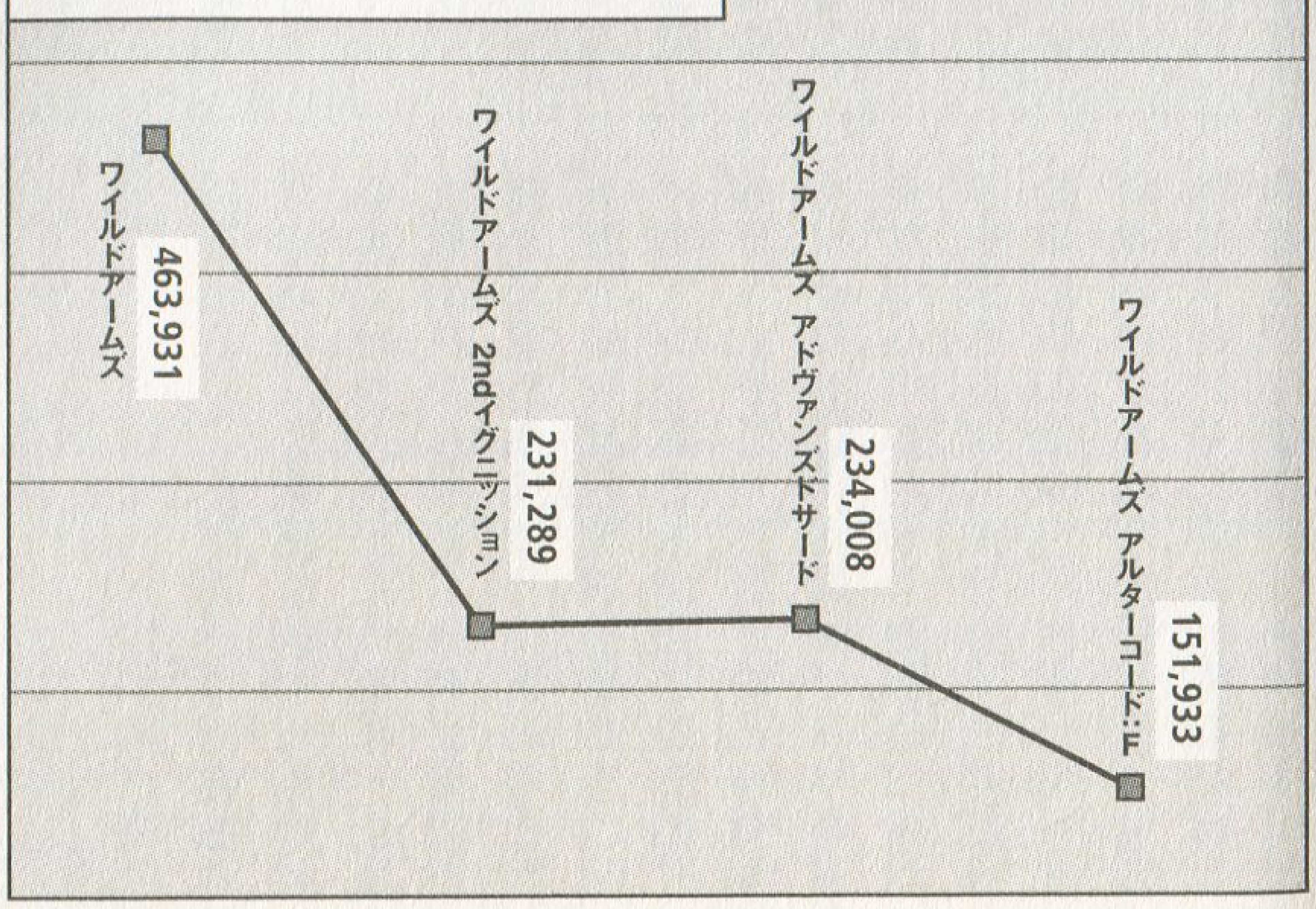
『WA』というシリーズの特異な点は、あまりにも大きな第1作の印象が、続く2作をも縛っていることにある。『FF』や『ドラクエ』に見られるシリーズの第何作が好きか、という問いがまるで成立しなくなっているのだ。そのため、続く2作は常に第1作との比較において語られるという、ほとんど宿命と呼べるくらいの不幸を背負ってしまったのだ。そう、これはまさに不幸に他ならない。独立した作品として作られている以上、評価も個々に下されるべきであり、第1作との比較は無意味である。

第3作は主役が女の子になったこともあり、「『WA』もついにギャルゲー化したか!?」という嘆きも聞こえたが、実際にプレイしてみれば、かなり男くさい内容であることは一目瞭然。キャラクター面では明らかに第2作に勝っていて、主役たちは丁寧に性格づけがされている。第3作と第2作はPSとPS2というハードの壁を乗り越えて、ほぼ同数の売上を出している。これは第2作で拒否反応を起こさなかったファンが相当数スライドしたことを予想させる。ちまたでは時折芳しくない評価も聞かれる第3作だが、決して凡作などではないのだ。特にシリーズ中、最も西部劇臭が濃厚で、本当の意味で「口笛の響くRPG」の名にふさわしい作品であることは忘れてはならないだろう。

第1作の主役たちと再会できなかったことは、確かにファンには残念なことだろう。だが、いつまでもその思い出を引きずっていても仕方ない。思い出は確かに大切だ。しかし、新しい思い出を作ることを拒否しては、過去から永遠に出られない。『2nd IGNITION』と『Advanced 3rd』の真価は、プレイヤーが自分を縛る呪縛を解き放った時にこそ光り輝くのだ。

なお、03年11月に発売された第4作『Alter code:F』は、やや特異な位置づけになっている。物語的には第1作のリメイクだが、内容的には過去3作を総合した作りになっているのだ。とすれば、純粋なリメイクというより、3作の総括と見たほうが至当だろう。最も人気の高かった第1作を借りて、シリーズの総括を行った『WA』は、今後どこへ向かうのか？　第5作、否、事実上の第4作への期待が膨らむ。

『ワイルドアームズ』シリーズの売上げ（販売本数）



ワイルドアームズ Alter code:F

7年ぶりのリメイクバージョンは誉れ高き前作を超えられたか?

「すべてを一から再構成した」と唱われる『Alter code:F』。決して悪い作品ではない。だが、何かが物足りない!

リメイクではなく リ・イマジネーション

ティム・バートン監督は、SF映画の古典「猿の惑星」の再映画化に挑んだ時、こう言った。「これはリメイクではない。リ・イマジネーションだ!」

……なるほど、バートン版はそれなりに面白いところもあった。だが、総じて言えば映像表現の技術は上がったものの、内容的には前作に及ばなかったというのが妥当な評価だろう。

ほとんど同じことが、『ワイルドアームズ Alter code:F』(以下『WA:F』)にも言える。発売が発表された時の制作陣のコメントはまさにバートン監督と同じだったし、本編中でも、オリジナルであるPS版は「原案」としてクレジットされている。大きなストーリー展開は同じだが、細部の構成はかなり変わり、戦闘システムは完全に一新された。だが、これだけ手が加わっているのに、なぜか新しく感じない。一度見たものを再度見ている既視感ばかりが強く感じられるのだ。

難易度の低下が緊張感を低下させた

その理由として、あまりにもストーリーがサクサクと進みすぎることが挙げられよう。リズミカルに遊べることはいい作品の必須条件だろうが、あまり手応えなく、ただスピードばかりが速いと正直面白みは感じない。この辺りはデザイン上、最も難しいところだろうが、『WA:F』はこの点で易しすぎるのである。

最大6人までのパーティが組める『WA:F』だが、そのうちメインとなるロディ、ザック、セシリアの3人について見てみると、各人の戦闘能力が前作に比べてかなり変更されていることに気づく。具体的には、ロディが装備する銃型武器「ARM」と、セシリアが使う魔法がかなり強化されたことで、前作の主流だった「ザックを残る2人でバックアップする」というパターンが消え去り、3人全員が攻撃要員になったのだ。

表面だけ見ると、ザックとセシリアの魅力アップにつながるように思えるが、実際はそうではない。誰で攻撃しても敵が倒せるため、各自の役割分担はなくなり、ただ攻撃ボタンを押していれば戦闘が終わってしまうようになった。ボス戦を除けば、危険を感じることはなく、緊張感もほとんどない。前作ではかなり手こずることも多く、それ故に展開にメリハリを与えてくれていたザコ敵戦は、単なる経験値稼ぎの場となってしまったのだ。にもかかわらず、エンカウント率が高めなので、ザコを蹴散らすだけの戦闘を何度も何度もやることになる。これはちょっと

text by 水野隆志
プレイ時間:34時間



ジ RPG
メ SCE
機 PS2
¥ 6,800円
発 03年11月27日

ツライ。

グラフィックが3Dになったのも臨場感という点では良好なのだが、ゲームを進めるうえでは別の問題を生んでいる。街やダンジョンを移動していると、死角部分が多いため、入口はどこか、どこに道があるのか、という根本的な情報が得にくいのだ。特にダンジョンでは、指先の操作を要求される仕掛けが頻発するので、視点切り替えが煩わしく感じられる。仕掛けを解いている最中に戦闘が発生してしまうと、自分が何をしていたのかわからなくなることも珍しくない。3D化は、利点よりも欠点のほうが目立っているのだ。

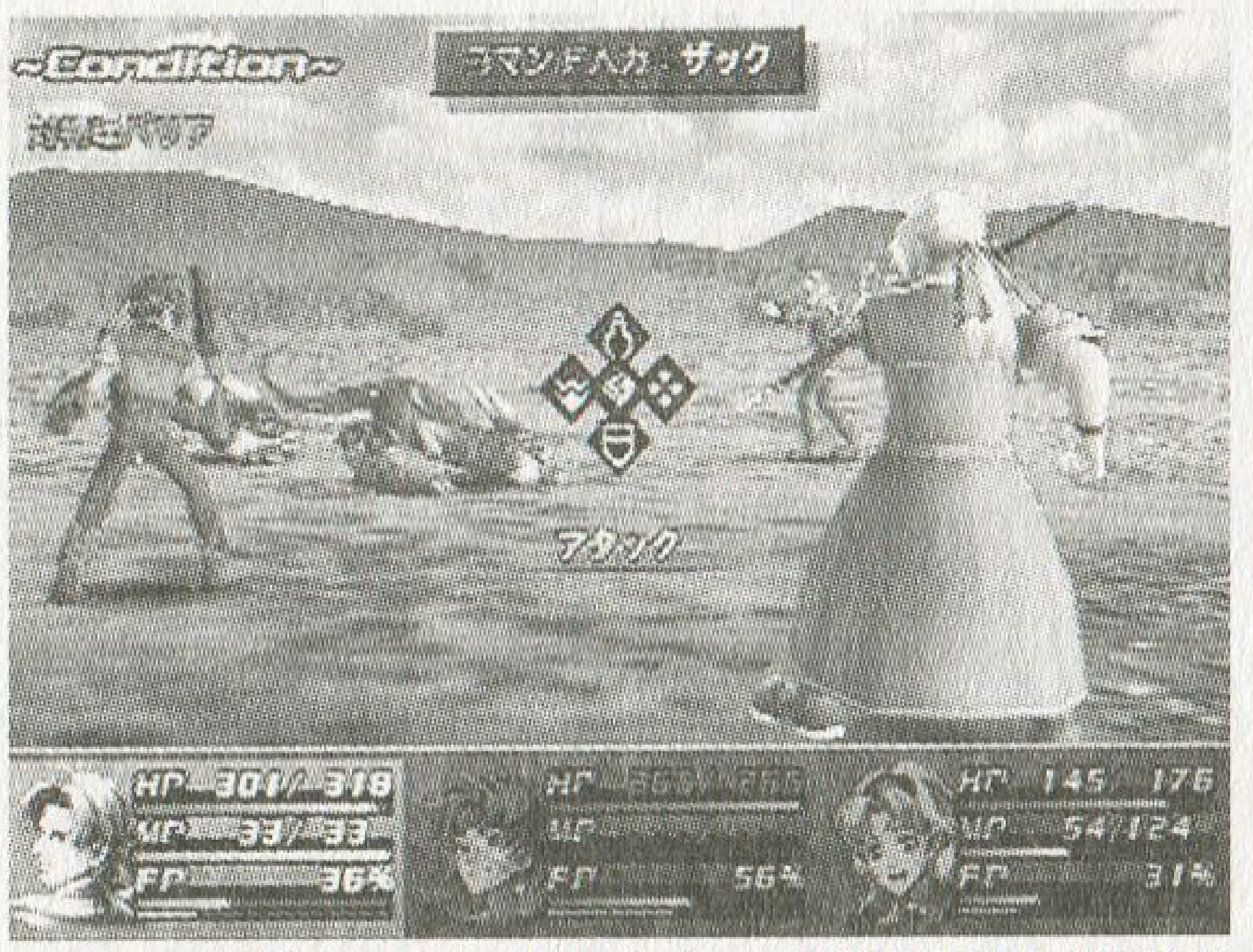
ただし、まるでダメなのかというと、そんなこともない。ダンジョンの広さは適度で、ひとつのクエストがせいぜい1時間くらいでスパッと終わる。また、レベルアップすると、ステータスが回復するようになっており、このためダンジョンの奥で多少状態が悪くなっても、がんばって戦闘を重ねていれば、レベルアップによる救済が期待できる。ある程度まではエンカウントを避ける機能も用意されているので、いよいよ危険となれば戦闘を回避しながら戻ることも可能だ。こうしたシステムが連動することで、多少イライラすることはあっても、それが怒りにまで昇華してしまうことは少ない。その意味では、極めて無難に、遊びやすくできているのだ。

ユーザーフレンドリーな姿勢がもたらした落とし穴

ただ、そうした遊びやすさが戦闘の難易度の低さと結びつくと、「何となく続けられるが、さほど熱中できない」という事態に陥ってしまうのは当然と言えよう。後半、飛行艇を手に入れて世界のあちこちへ行けるようになると変わってくるのだが、それまではシナリオの牽引力が弱い。プレイヤーの自発性ではなく、当面のクエストが短いからできてしまうにすぎないのだ。前作では、新たな移動手段が手に入ると、「未知なる土地へ行って未知なる敵と戦ってみよう!」という冒険精神が刺激され、それが大きな魅力となっていた。だが、今回はそれが極めて弱い。このため、ますます当面のクエストを淡々と進める傾向が強くなってしまう。

せめてパーティの入れ替えがもっと早くからできれば、変わっていたかもしれない。前述したように、『WA:F』では前作で3人固定だったパーティが最大で6人まで増加するようになっている。そしてシリーズの第2作で見られたように、6人を戦闘中自在に入れ替えて戦えるようになっているのだ。これは新システムの中でもファンの期待度が最も大きかった要素だろう。だが残念ながら、ゲストとして特定のクエスト中だけパーティ入りすることを除けば、本格的に4人以上のパーティが組めるのは終盤近くなってから。それまではパーティが3人で固定されているので、せっかくのシステムも不完全燃焼に終わっている。

『WA:F』はシリーズ未経験者へのアピールを念頭に、従来の3作を統括する形で制作されたと言われる。だが初心者を重視しすぎた結果、プレイヤーが試行錯誤する楽しみを奪ってしまった。「悪くはないが物足りない」という感覚はこの予定調和されたヌルさゆえだろう。前作の経験者はもちろんだが、はたしてこれで、初体験者にとっても魅力的なRPGと映ったのだろうか?



システムが変わったのにともなって戦闘の難易度が下がり、作業化してしまった感がある

関連作品

ワイルドアームズ

ジRPG
メSCE
機PS ¥5,800円 発96年12月20日

かなり昔の作品を挙げるのは気がひけるが、やはり『WA:F』と比較すべきは何をおいてもオリジナルであるPS版しかないだろう。今見るとグラフィックはちょっとヤバイかもしれないが、それでも旧作を未体験の人には1度プレイすることをお薦めしたい。

series_WILD ARMS
type_安定型

『ワイルドアームズ』シリーズ
トータルゲームデザイナー　金子彰史氏インタビュー

「維持」と「変化」のバランス タイトルごとに方向性を模索する戦略

シリーズとはいえ、各作品のキャラクターなどは異なる『ＷＡ』。
その「変化」について、また次回作についてお話を伺った。

TEXT BY 編集部

安定ではなく 変化を求める姿勢

——『ＷＡ』シリーズの中核と言えるものは何でしょうか。

金子彰史氏（以下、金）■正直なところ、「シリーズの中核」というのが何なのかは、いまだに探している最中です。『ＷＡ』は、シリーズプレイヤーに向けて作るのではなくて、タイトルごとに違う方向を模索して制作するものであると思ってるので、そういう移り気な部分が『ＷＡ』の中核だとは思うのですが……。だから、次回作はこれまでのシリーズと全然違ったテイストになると思いますよ。シリーズものとしては異端ですが、中小企業なりの戦略のひとつ……なんて言うとかっこいいので、とりあえずそういうことにしておいてください（笑）。

——例えば、西部劇風の雰囲気なども、変わる可能性があると？

金■これまでも、シリーズによって西部劇っぽさの分量は変わってますし、テーマによってはこの先、まったくなくなってしまうこともあるかもしれません。この辺も、あくまで一要素にすぎないと思ってます。

——シリーズゲームを作る難しさというと何でしょうか。

金■開発サイドがいろいろな要因でがんじがらめにされてしまうところだと思います。ゲームの開発というのは、商売の部分とそうでない部分のバランスをどこまで取れるかがキモですけれど、シリーズものの場合は特に、どこまでそのバランスを保てるか、ということになるんじゃないでしょうか。難しいというより、怖いという感じかもしれないです。

——シリーズの中でさまざまな変更点がありましたが、反応が大きかった変更点は何でしたか。

金■やはりボイスの導入ですね。声をあててほしいというのは、これまでで最も多い要望だったんです。今回のボイス導入は、現状の購買層からはおおむね肯定的……というか、むしろ「なんでフルボイスじゃないの」と指摘されているくらいです。

もちろん否定的な意見があったのも事実です。特に、『ＷＡ：Ｆ』の元である一作目には、台詞の無い主人公が登場していたので余計に違和感があったのかもしれないです。現在開発中の『フォース』からボイスを導入したら「そうなんだ」と流されたかもしれないですね。

——『ＷＡ』シリーズでは、主人公やキャラクターデザインなど、ほかにも変更点がありますね。

金■シリーズを重ねるというのは、目に見えるファクターと目に見えないテイストを、「変更」するか「維持」するか、ということだと思ってます。たいていの場合、肯定的な立場の方は「維持」を求めて、否定的な立場の方は「変更」を求めますよね。なのに、開発サイドはせっかく肯定してくれる方々とは違う方向……否定派と同じ「変更」について考えてしまうんですよ。

このギャップが、あるユーザーにとっていい方向に働いたら「予想を裏切る結果」になって、悪い方向に働いたら「期待を裏切る結果」になるんではないかなと思っ

てます。ユーザーの方々は、開発サイド以上に「変更」の部分を重要視していると思うので、強く意識していかなきゃいけないと思っています。

――『WA』シリーズでは、固定ファンと新規ファンのどちらをメインに考えていますか。

金■新しいタイトルを作るときは100%新規ファンに向けて注力しています。『WA』の第二作を作るときに、第一作の世界やキャラを使うという選択肢もあったんですが、それをやったら自分と会社が5年後にどうなってるか、想像できなかったんです。シリーズであっても安定を求めるよりは、意識して変わるくらいの姿勢でいないといけないな、と。そんなふうに『WA』では毎回違った方向を模索しているため、どうしても一作ごとに過去の作品をあえて無視した、別のテイスト、別のファン層に向けたものになってしまいます。だからこそ、シリーズを通して支持していただいているファンの方には、本当に頭が上がりません（笑）。

『WA：F』という リメイクの存在意義

――『WA：F』を今回のような形でリメイクされた理由は。

金■『WA：F』の企画立案に関しては、まったく商売ッ気抜きのところからスタートしています。とはいえ、無責任に口だけ動かしていればいいご身分ではないので、オトナを動かすため、そこからアレコレ商売の部分を考えましたけど（笑）。

――商売の部分と言いますと。

金■購買層の若返りと新規開拓を目的にし、また、発売までしばらく時間が空いてしまう『フォース』までのつなぎという感じですね。複雑になってしまったシステムをいったんシンプルにリセットしたり、難易度を抑え目にしたりすることで、いちげんさんを強く意識しています。

――やはり、次作『フォース』を見据えてということでしょうか。

金■そうですね。『フォース』では『WA：F』とは逆に、シリーズを特徴づけていた要素のほとんどを、切ったり手を加えたりしてます。このふたつの『F』企画は、同時期に出したために対の存在になっているんです。

――2作目3作目でもリメイクをという要望もあるのでは。

金■はい、相当来ていて嬉しい限りなんですが、残念ながら今はちょっと手が回らないですね。

そもそも、フェイクという事に関してもいくつかの反省点がありました。基本的なストーリーは同じでシナリオの9割をリライト、と伝えてきたつもりでしたが、一部のユーザーの方には「ストーリーをリライト」と取られてしまったみたいで、何も変わっていないぞ、とつっこまれてしまいました。間違ったつもりもだましたつもりもないので、まいったなあ、と（笑）。このあたりのサジ加減はもう一度模索してみたいですね。

――『WA』シリーズの売上についてはどのようにお考えですか。

金■1作目が飛びぬけて売れたのは、これは誰もがご存知のとおり、発売のタイミングに恵まれました。世間的にみんなPS買って、12月は『FFⅦ』だと意気込んでたところ、突然、あちらさんの発売が1月末にズレてしまった（笑）。言うなれば、FF特需でしたね。直前まで発売時期が同じで顔面蒼白だったのに、いい気なもんです（笑）。

2作目3作目については、残念ながらこの数字が、『WA』シリーズが持つ地力だと真摯に受け止めています。もっとも、第一作の発売時期と同じく、ヤバイ市場状況だからこそのチャンスも、どこかにあるはずです。何とかしたいところです。ぜひ。

――今後の『WA』の展開は？

金■正直、これからどこに向かおうとしているのか……期待と不安で笑ってしまうこともあります。それでもシリーズを重ねさせてくれるSCEの度量は広いというか深いというか……きっと、SCE的には『アーク』なり『ポポロ』なりがしっかりしているから、1ラインくらいダメっ子がいてもいいと考えてくれているんだと思います。ありがたい話です（笑）。

――ありがとうございました。

ガンダムでのサスロ・ザビについてのコラム読みたい。（神奈川県　石塚コップェン）

series_サクラ大戦

type_安定型

枯れない「サクラ」。その巧みな生き残り戦術

サターンというシェアの低いハードの出自ながら、根強いファンを獲得するにいたった要因は？ゲーム内容だけでなく見せ方をも熟知した才能が、シリーズをより強固なものにした。

TEXT BY 吉田龍司

独特の才能をもつ広井氏

業界関係者に、広井王子氏が好きだ、と言うとよく怪訝な顔をされてしまう。今一つクリエイターとしての評価が定まっていないのは、現場の叩き上げでないせいであろうか。広井氏がどこまで製作に携わっているのか、職人としての具体的なイメージが描きづらい人物であることは確かである。

だが、『みつめてナイト』や『北へ。』といった秀作群を見ていると「この人は侮れない」としみじみ思う。ゲームとして目立った新基軸を打ち出しているわけではない。ありがちのゲームをなぞるような二番煎じ的印象もある。だが、この人のバランスの取り方は卓越したものがあると思う。また、ユーザーが喜びそうなツボも知り尽くしている。代表作『サクラ大戦』に溢れるこうしたバランス感覚、そして結構大事な商業感覚はもっと注目されていい。言うなれば広井氏は「織田がつき、羽柴がこねし天下餅」を楽々と食う家康である。でも家康になるにも凄まじい才能が必要だと思うのだ。

思い入れを秘めた手堅い作り

初登場から7年以上経つが、『サクラ大戦』の息は本当に長い。負け組のセガハードという出自ながら、今なおがっちりとファンをキープしている。もちろん一時に比べて陰りが見えていないといえば嘘になるが、今もサクラブランドに対する支持は根強い。多くのライバルゲームが消える中、なぜサクラは枯れていないのか。

『サクラ大戦』は当初、田中公平、藤島康介、あかほりさとるら豪華スタッフを揃えたことで注目を集めた。何も有名どころが携われば作品がヒットするとは限らないのだが、広井氏はこのスタッフを使い、極めて手堅い作りを見せた。難易度は高からず、物語はベタに、展開は1話完結のアニメスタイル……。ある一定のターゲットを絞り込んだ上で、その中での最大公約数を意識した中ヒット指向である。決してホームラン狙いではない。声優陣も高乃麗、田中真弓といった実力派を生かした。この目論みは当たり、サクラはセガのキラーソフトへと成長。ゲーマー指向が強く偏りがあったSSの購買層を広げるとともに、劣勢の中、孤軍奮闘を続けたのである。

その後、『2』発売までは一年半の空白があったが、この間はファンディスク的ソフトで稼いだほか、OVA製作、声優陣による舞台などで話題を振り撒き、人気を保ちつづけた。田中氏という稀代の音楽家の存在と実力派声優陣を擁していたことに加え、アニメ、ラジオなど各方面で顔が利く広井

氏の作戦は当たったのである。『2』は『1』を上回るヒットとなった。なお『2』もゲーム的に特に目立ったことをやっているわけではない。だが完成度はファンの期待を裏切らないものだった。最も注目すべきは、シリーズゲームの落とし穴である"キャラ総入れ替え"という愚挙を行わなかったことだ。新キャラは2人にとどめ、引き続き『1』メンバーを残した。そもそもギャルゲーのシリーズは一作目で一度完結した物語を再構築することが非常に難しい側面がある。またメーカー的には2作目は総入れ替えに伴う新たなグッズ収入の皮算用を弾くところ。にも関わらず『2』はこの難易度の高いハードルをクリアした。キャラを大事にしようとしている作り手の思いはユーザーへと伝わり、両者に堅い絆が生まれた。サクラブランドは確立したのだ。



実力派声優をそろえることができるのも広井氏の力が大きい。他ギャルゲーとは一線を化すところだ。

痛恨は『4』の大失策

シリーズは軌道に乗った。続く『3』までの約3年の間、広井氏はアニメ、舞台と同じことを繰り返すだけで良かった。マイナーなサターンソフトという特性を逆に利用し、GBや新ハードのDC向けに手を変え品を変えて巧みにリメイク作を投入、うまく時間を稼いだ。やっていることはすべて焼き直しであり、出ずっぱりのサクラキャラをこれで5年も延命させたのだ。現在も彼女たちが生き延びていることを考えると、これは驚嘆に値する。ギャルゲーキャラでこんな実績を挙げているのは、後にも先にも広井氏ただ一人だ。ギャルやキャラの大量生産・大量消費しか思いつかないメーカーは、商売に対する考え方を少しは見習った方がいい。

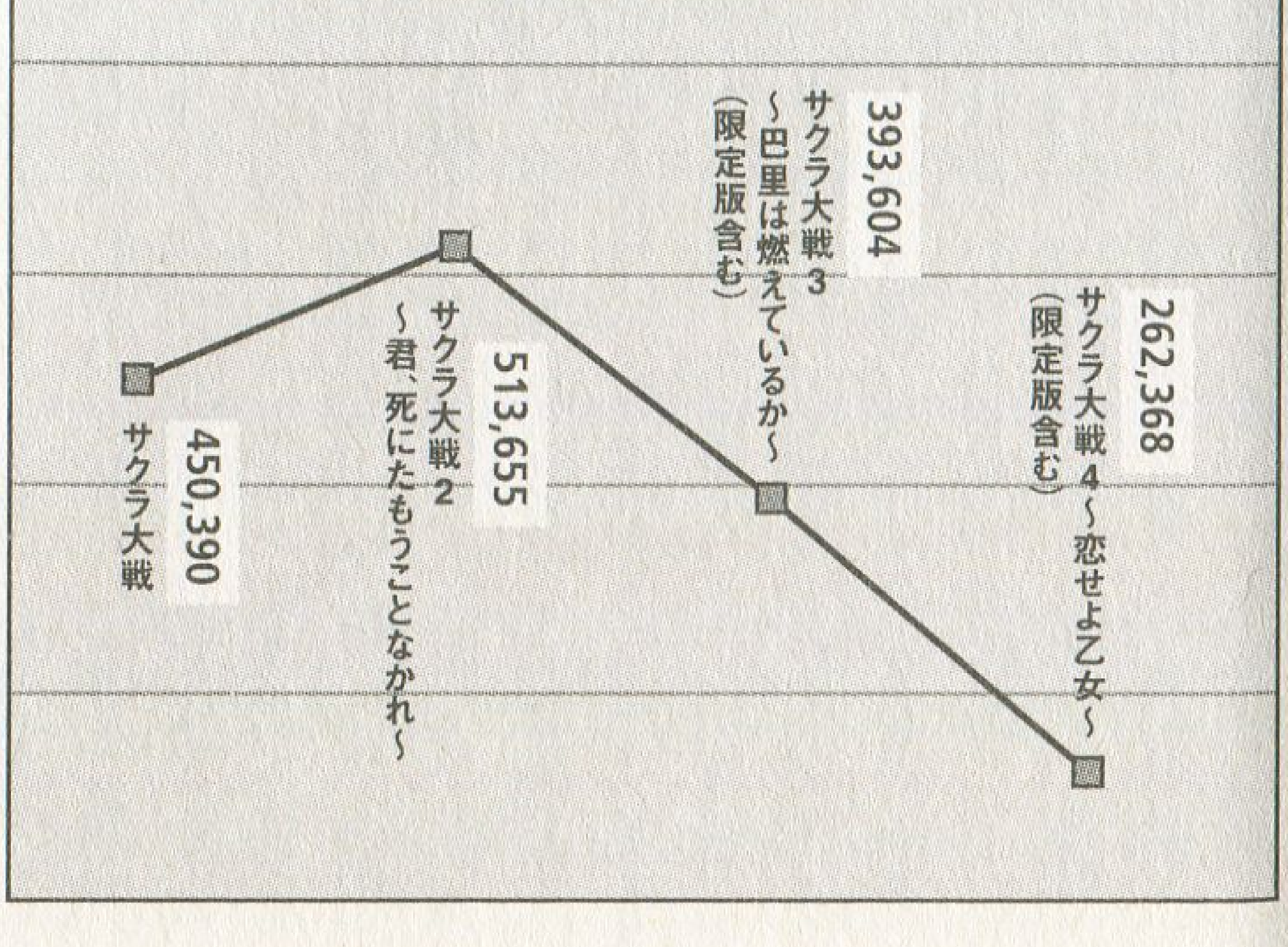
満を持して発売された『3』はさすがにキャラ入れ替えとなったが、抜け目なく花組メンバーも登場。サクラ世界を堅持することに成功する。驚いたのは、主役に既にアイドルとしてはトウが立った日高のり子を起用したこと。通常なら若手のアイドル声優を起用して、三次元でも一儲けしたいところだ。だがこれでエリカという新しい主役は息吹を与えられたのだ。結果、『3』はDCというハードの特性から発売本数こそ落ちたものの、最高傑作との評判を得る。

だがこの後、サクラは大きな落とし穴を迎える。約1年というかつてない短いタームで出された『4』の失敗だ。シリーズ総決算の位置付けの意気込みとは裏腹に、内容はとても本編『4』の冠を付けるに疑問が残る出来映えとなってしまったのである。正直、これでかなりのファンが離れたと見るべきだろう。それは広井氏も重々わかっているはずだ。

あれから2年。この間に出されたゲームは『熱き血潮に』だけである。ユーザーの熱が冷めたのに合わせるかのように、何かサクラという特急列車は意識的にその速度を緩めているようにも見える。広井氏も次の『5』こそが大勝負だと捉えているはずだ。

まだまだサクラブランドは3勝1敗である。沈黙の後に出る『5』が起死回生となる確率は高いと信じたい。

『サクラ大戦』シリーズの売上げ(販売本数)



series_みんなのGOLF

type_安定型

脱シミュレーターによりゴルフゲームに光を当てた

スポーツゲーム界に革命を起こした『みんなのGOLF』シリーズ。このタイトルはいかにして誕生し、「出せばミリオン」の〝国民的ゴルフゲーム〟として定着したのか。

TEXT BY 新岡優哉

『みんGOL』が天下を取ったワケ

「ゲームはシミュレーターじゃないんです」

これは『みんなのGOLF』（以下『みんGOL』）を制作した（株）キャメロットの高橋宏之氏のセリフである（※）。

長らく「オヤジゲー」の代表格だったゴルフゲームは、97年に登場した『みんGOL』によって一転、日の目を見ることとなった。1本のソフトが、ひとつのジャンルのイメージを覆したのだ。なぜか。その理由は冒頭に挙げた高橋氏の言葉に集約されている。

それまでのゴルフゲームはとにかく「リアルであること」にこだわっていた。いかに現実のゴルフをシミュレートできるか。その一点に心血が注がれていたのだ。それはそれで意義のあることだろうし、実際に高い評価を受けてもいたのだが、いかんせん一般のユーザーには敷居が高すぎた。

そこに目をつけたのが『みんGOL』だ。いわゆるライトユーザーの獲得を目指すPSの戦略とも一致したのだろう。『みんGOL』は従来のゴルフゲームが持っていたリアル指向をバッサリと切り捨て、「ゲームとしての面白さ」を追求した。具体的に言うと、操作系を徹底的に簡略化し、グラフィックや演出などの見た目を取っつきやすくしたうえ、ゲームモードを多数用意して長く遊べるようにしたのだ。また、多人数プレイを可能にし、パーティゲームの側面を持たせた点も見逃せない。

結果的にこの狙いは見事に的中するのだが、『みんGOL』は決して発売前から注目されていたわけではない。かくいう筆者も発売当初はノーマークで、友人の家で遊んですっかりハマり、朝までプレイし続けた挙句、帰りにコンビニでソフトを購入したのを覚えている。おそらく似たような形で噂が広まったのだろう。そうして、ミリオンを超えてもなおやまぬ、超ロングセールとなったのだ。

『みんGOL2』の登場 グ、グリーンが……

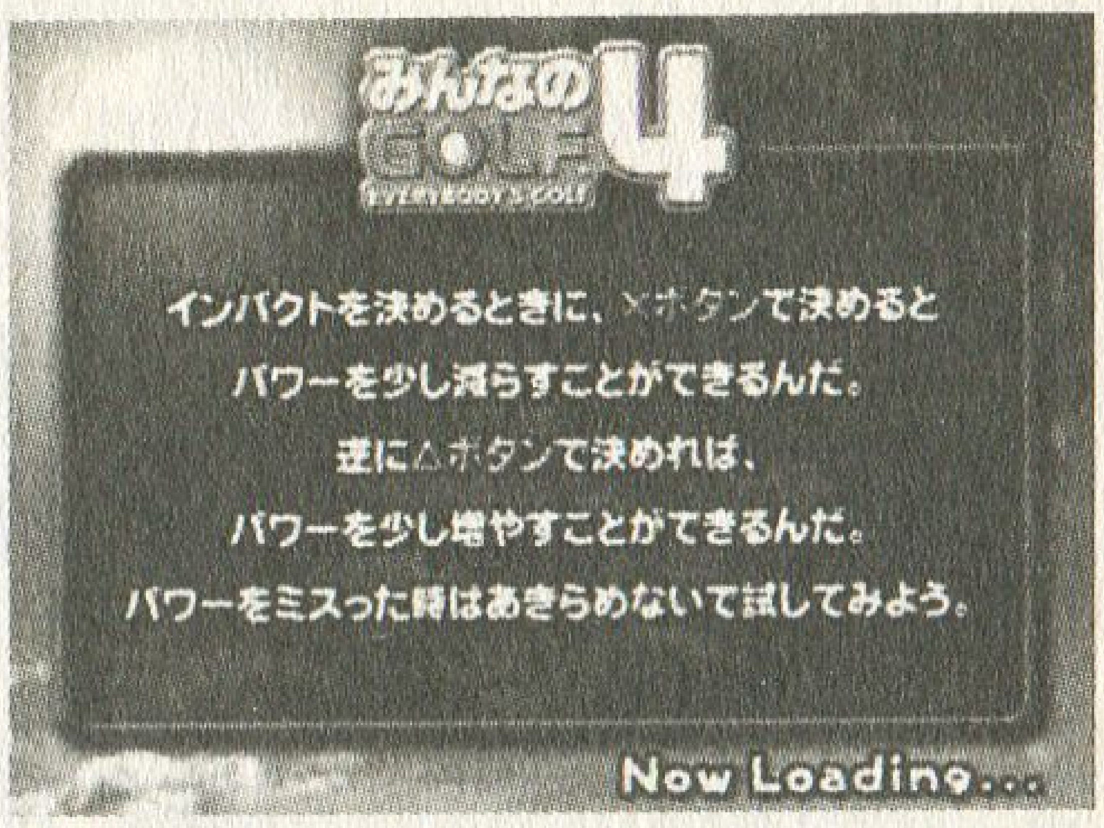
そして99年7月、待望の第2弾がリリースされる。ここで開発元がクラップハンズに移っているが、プロデューサーはキャメロットで初代『みんGOL』の制作にも携わった人物（（株）クラップハンズ代表・村守将志氏）なので、さほど重大事ではないととらえる。事実、出てきたのは、前作のいい部分を引き継ぎ、バージョンアップを施された紛れもない『みんGOL』だったのだから。

ただ一点、これはおそらく前作との差別化を図ろうとした結果だと思うが、しなくていい「変更」

※「ゲームはシミュレーターじゃないんです」：
『おとなのしくみ 4』（鈴木みそ著／ Beam comix）の「マリオテニス64のしくみ」参照。

を加えてしまった。グリーンの起伏をなくし、芝目の概念を取り入れたのだ。これがすこぶる評判が悪かった。同作のUS版では起伏が復活し、平面グリーンが使われたのはこれ1回きりであることからも、明らかな勇み足だった。

売上が落ちこんだのはしかし、この改悪の影響というよりは「前作が売れすぎた」と見るべきだろう。それは、次の『みんＧＯＬ３』も同程度しか売れていないことからも推測できる。それでも１００万本近い数字を記録した事実は大きい意味を持つ。出荷本数でいうと「連続ミリオン達成」だ。この実績がユーザーやショップに与えるインパクトは計り知れない。



プレイ画面では伝わりにくいので上記写真を使用するが、こういった細かな「進化」がシリーズを支えている根となっている部分なのだろう

3作目で『みんＧＯＬ』の基本形が完成した

シリーズ3作目の『みんＧＯＬ３』から、プラットフォームがＰＳ２になる。新ハードの高いスペックは、主にビジュアル面を大幅に強化した。美しいグラフィックやキャラクターのなめらかな動きがこうも臨場感を高めるか、と驚かされたユーザーも多いだろう。

基本的なゲームシステムは１作目からほとんど変わらないもの、細かなところに仕様変更がなされ、遊びやすさは格段に向上していた。５０００円を切る価格設定も功を奏し、またも出荷本数は１００万本を突破。これで3作連続のミリオン達成となり、〝安くて面白い〟『みんＧＯＬ』ブランドが広く浸透したことを印象づけた。

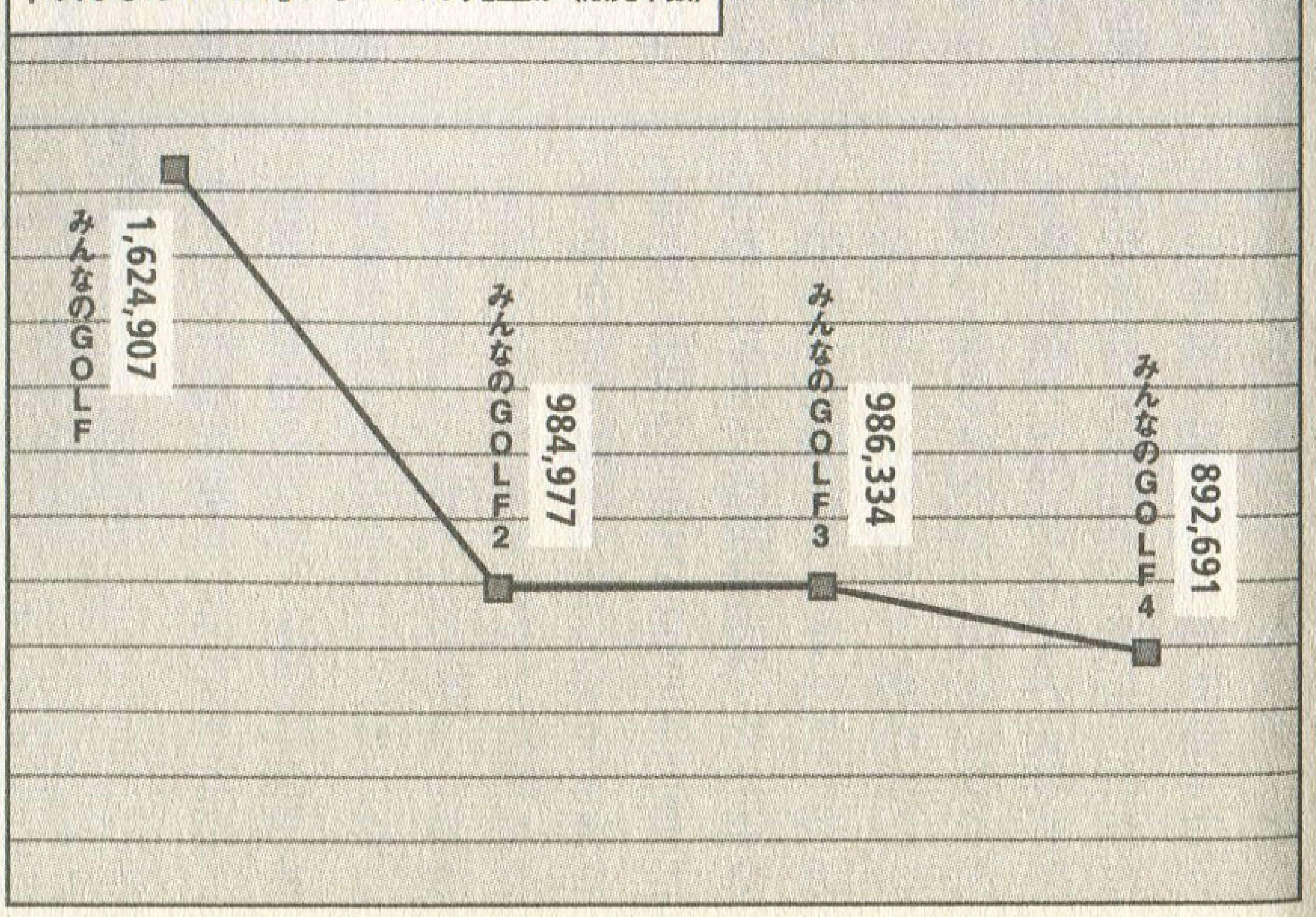
また、『みんＧＯＬ３』の「全国大会」モードが布石となり、後に『みんＧＯＬオンライン』が登場したことにも触れておこう。人気ゴルフゲームのオンライン対応版ということで話題を集めたが、会員数は昨年12月時点で約9万人。ミリオンタイトルにしては寂しい数字と言わざるをえない。ネットワークの環境を整えるのに手間もお金もかかるうえ、肝心の内容が『みんＧＯＬ３』の焼き直しでは当然という気もするが……。

集大成の4作目は最速で大台突破

２年で１作のペースは守られ、昨年『みんＧＯＬ４』が発売された。「シリーズの集大成」という位置づけの最新作も、基本は前作のバージョンアップ版。とはいえ、コアなユーザーから初心者にまで配慮された丁寧な作りは、さすが〝国民的ゴルフゲーム〟といったところ。発売後1ヵ月で出荷本数が１００万本を突破したのはシリーズ最速である。

マンネリが許される（認められている）スポーツゲームは、「安定」した売上を見込みやすいジャンルであろう。が、「安定」のラインが50万、１００万となると話は別だ。常に前作を上回るものを仕上げるのは当然のこと、それを超えるサプライズを提供しなければ、移り気なユーザーを引き止めるのは難しい。高い水準の「安定」を維持するためには、作品を絶えず「進化」させなければならない。『みんＧＯＬ』はそれを体現しているまれなシリーズと言えるだろう。

「みんなのGOLF」シリーズの売上げ（販売本数）



みんなのGOLF4

集大成の4作目が見せた王者の底力とわずかな隙

誰もが認める“国民的ゴルフゲーム”のシリーズ最新作。万人にオススメできる安心納得の1本だが、難点がないわけでもない。

text by 新岡優哉
プレイ時間：70時間



ジ ゴルフ
メ SCE
機 PS2
¥5,800円
発 03年11月27日

「『みんなのGOLF（以下『みんGOL』）4』発売決定！」の報を最初に受けたとき、シリーズファンはどんなものが出てくると想像しただろうか。

　コースが増え、新キャラが加わることは予想の範囲内であろう。グラフィックやエフェクトの強化もあって当然と思ったに違いない。「で、ほかには？」と問われると、返答に窮する方が多いのではないか。おそらく大方のユーザーは「前と同じでいいんじゃない？」と考えていたはずだ。

　なにしろ『3』の出来が良すぎた。操作感は抜群に良く、難易度の設定も手頃。「段位」システムや「全国大会」モードのおかげでやり応えはあったし、リアリティとデフォルメのバランスも絶妙。加えて萌え要素まで備えたキャラクター造形の妙と、どれを取っても完成されていた。『みんGOL』は3作目にしてゴルフゲームの頂点を極めたのだ……とはさすがに言いすぎかもしれないが、『みんGOL』を超えるゴルフゲームはしばらく出ないだろう」と思わせたのは間違いない。

　だから『4』に触れて驚いた。『3』（または『オンライン』）のバージョンアップにとどまっている部分もあるが、予想以上に「攻めの姿勢」がうかがえる内容になっていたのだ。これほど多くの要素を盛り込む余地が残っているとは、正直思っていなかった。

　それらをひとつひとつ取り上げて解説していくのも芸がないので、今回は筆者が特に注目した2つの新機能にスポットを当てて稿を進めていきたいと思う。

　まず、なにを置いても紹介したいのが、「△×ボタンによるパワーの微調整」である。

△と×がショットとプレイの幅を広げる

『みんGOL』では基本的にショットの作業をすべて○ボタンで行う。ところが本作では、最後のインパクトを△ボタン、×ボタンで決定することで、瞬間的にショットパワーを微増、微減させられるようになった。これがどれだけ便利で使い勝手の良い機能か、『みんGOL』を多少なりともやり込んだことがある方ならピンと来るだろう。単純にパワー決定時のミスを取り戻すのに使えるだけでなく、これまではなかなか合わせづらかった「フルパワーより1目盛りだけ小さな力加減」でショットすることも造作なく行えるようになった。

　ところがこの新機能、マニュアルでは一切触れられていない。ゲーム中のローディング画面でしか確認できないのだ。雑誌記事で大々的に取り上げられているのを見たこともないので、ひょっとしたら、本稿を読んで初めて知ったという方もいるのではないか。確か

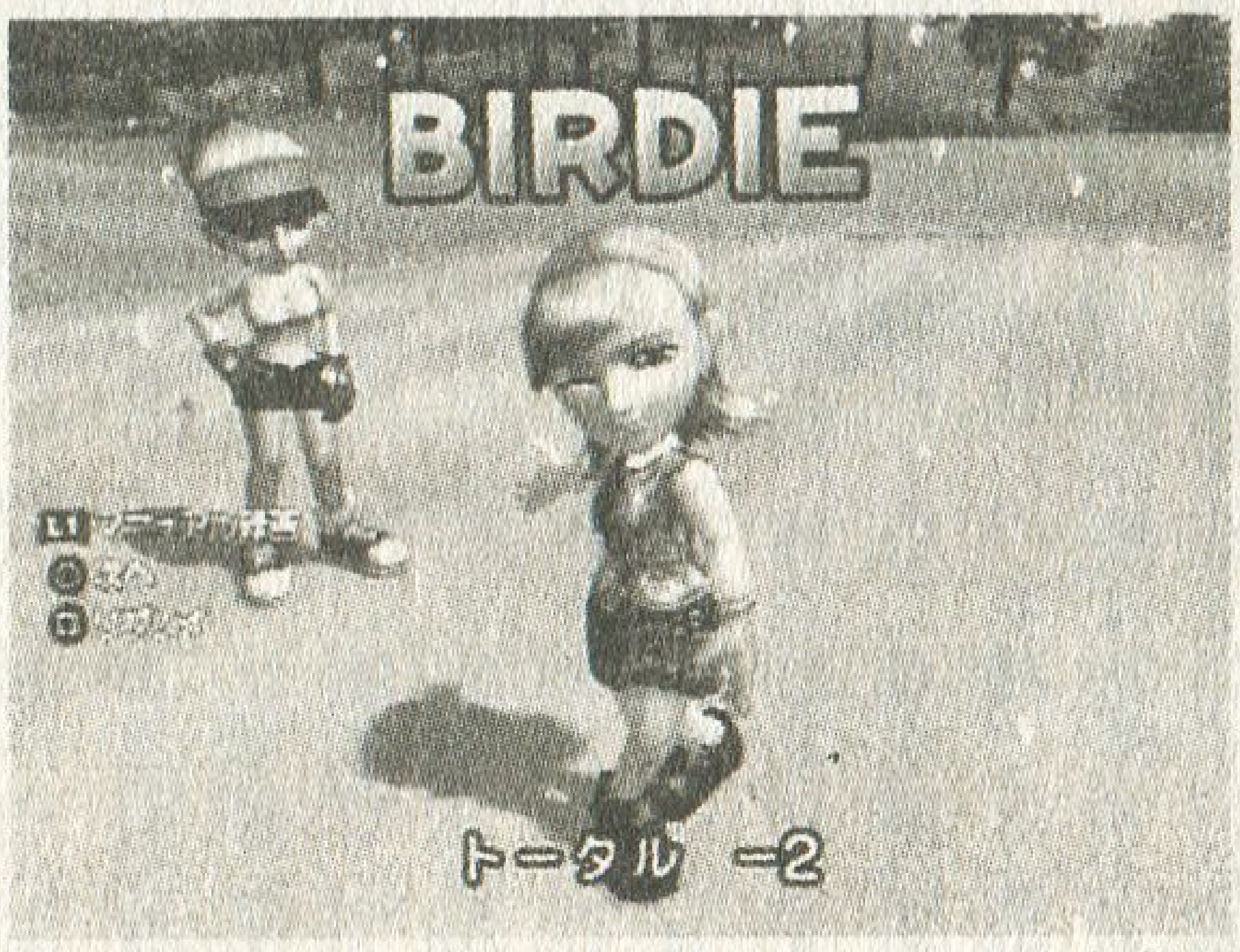
に地味で目立たぬ、つまりはセールスポイントに成りえぬ機能かもしれない。しかし筆者のように「さすが！」と感心したユーザーも少なくないはずだ。ファンの期待を超え、かつファンの求めているものを提供したという意味でも本当に画期的な発明だと確信しているだけに、もうちょっと大きく扱ってあげてもよかったんじゃない？　と思うのである。

「みんなのクラブ」は誰のために用意された？

そのほか目立つ新要素に「みんなのクラブ」がある。ボタンを2回押すだけでナイスショットが打てるようになるという特殊なクラブで、「チャーシューメンがチャーシューに（※）」とCMでやっていたアレである。インパクト決定（「メン」の部分）が自動で行われるため、プレイヤーは打つ方向とパワーを決めるだけでボールを前に飛ばすことができる。『みんGOL』もはや4作目、そろそろこういったエントリーユーザーのための要素も必要なのかもしれない。

ただ、だったらチュートリアルモードまで用意すべきではないのか。筆者が「みんなのクラブ」にあまり必要性を感じない理由は、そこにある。

このシステムを採用したことで、ゲームとしての間口は広くなったのかもしれない。だが、そうして敷居をまたがせたビギナーに対するケアが、ほかにまったく見受けられないのはどういうことなのだろう。これでは「みんなのクラブ」だけ渡し、「あとはひとりでがんばってね」とコースに放り出しているのと同じである。あまりに不親切すぎやしないか。これが『オンライン』なら問題ないのだ。ほかのプレイヤーにアドバイスを請うことができるから。



ファンにとってはサエがいなくなったことのほうが事件なのだろうが、筆者はシルビアに再会できて満足です

どれだけ操作が簡単になったところで、戦略・戦術を知らなければ上達はありえない。「フォローだとキャリーが伸びる」「トップスピンをかけると風の影響を抑えられる」といった〝約束事〟までレクチャーして初めて、間口を広げた意味も効果も表れるというものだろう。また、そうして「ゴルフ（ゲーム）って奥が深いんだな」と興味を抱かせることも、〝国民的ゴルフゲーム〟を自称する『〝みんなの〟GOLF』が果たすべき役割なのではないだろうか。

ライバルなき王者の独走は続く……

今回『4』をプレイしていて疑問を覚えたのは、唯一「みんなのクラブ」についてだけである。その他の新機能・新要素にはおおむね満足している。特にコースの「攻略度」やキャラの「愛着度」、VS・トレーニングモードに追加された「特殊ルール」などは、前作に不足気味だったゲーム性を高めるのに奏功している。

シリーズものの続編タイトルに寄せられる期待は大きい。それが『みんGOL』のような「出せばミリオン」クラスのビッグタイトルなら、なおさらだ。乗り越えなければならないハードルは、回を重ねるごとに高さを増す。それをなんでもないような顔でクリアしつつ、プラスαの満足を与えていかなければならないのだから、シリーズタイトルを続けていくのも並大抵の苦労ではない。

『みんGOL』は4度目の跳躍を終えた。誰が見ても満足できる、素晴らしい内容だったと思う。ライバル不在の物足りなさはあるが、立ち止まらず自己記録を更新し続けてほしい。

関連作品

マリオゴルフ ファミリーツアー

ジ ゴルフゲーム
メ 任天堂
機 GC　¥6,800円　発 03年9月5日

初代『みんGOL』を手がけたキャメロット製作の人気ゴルフゲームシリーズ最新作。『みんGOL』に対抗できる唯一の存在だと思っていたのだが、本作で目指す方向が違うことをはっきりと示した。ちなみにボタン2回の「かんたんショット」をやったのはこちらが先。

※チャーシューメン：ちばてつや氏の漫画「あした天気になあれ」の主人公・向太陽が、ショットのスイングテンポを一定にするために「チャーシューメーン！」と叫びながら打つのが元ネタ。

column

あざとさが目につくシリーズタイトル

シリーズを名乗るからには、統一した要素が求められる。だが、最近ではこの統一感があいまいになっていないだろうか。

TEXT BY 天野譲二

メル・ギブソンの「マッドマックス」が米国ではコケて続編が「ロードウォリアーズ」なる題名で公開されたとか、逆に日本では「サスペリア」が大ヒットして旧作を「サスペリアPART2」として公開したとか、いかがわしいというよりあざとい商法は昔からある。

ゲーム業界でもこんな例は枚挙にいとまがない。本稿では他社によるパクリや便乗は省略するが、シリーズを生み出したメーカー自体がヒット作の続編＝シリーズ作品に大改造を施すことは常である。

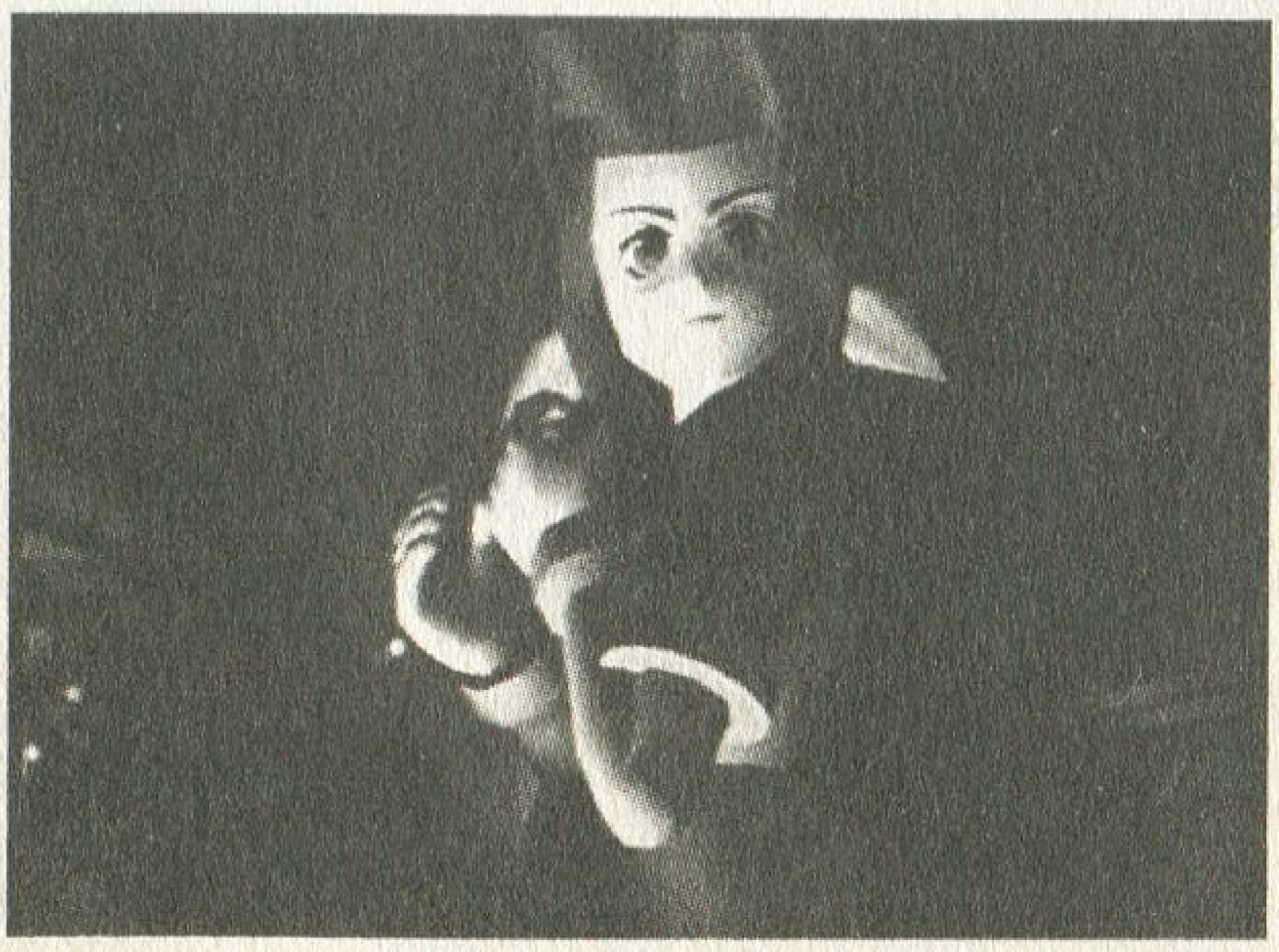
たとえばバンダイのファミコン版『ドラゴンボール』シリーズがACGからカードゲームへと変貌したことは、第1作の拷問のような内容を考えれば歓迎できる変更だし、セガの『サクラ大戦』シリーズはキャラクターの総入れ替えをしながらもシステムは基本を堅持して、シリーズとしての統一感を保っている。逆にNECインターチャネルの『センチメンタルグラフティ』は『2』でパラメータ不要のAVG形式に変化しても、キャラクターを引き継いだおかげでシリーズとしての統一感はかろうじて保たれている。

良し悪しが分かれるあいまいさ

しかし国民的RPGの一本であるスクウェア・エニックスの『FF』シリーズは、並び称される『DQ』があくまで基本的なシステムを堅持しているのに対し、常にシステムを進化……というか変化させ続け、統一感という意味ではちぐはぐなシリーズとなっている。

あらためて述べるまでもなく『FF』は賛否両論、毀誉褒貶の激しいシリーズである。その理由は一本道の物語とかキャラクターがどうこうといったものとは別に、マテリアだのジャンクションだのと、新作が出るたびに追加・変更されるシステムにあり、ファンタジー作品の王道から退廃とサイバー感覚にあふれたSFに変貌していったキャラクターや美術にある。

シリーズ作品は改善が加えられるのが常で、ユーザーもそれを望んでおり、システムを洗練させていくことはお約束である。そのうえでユーザーに何がしかの魅力的な要素を提案するわけだが、そのさじ加減が『FF』は過剰で、派手なグラフィックで召喚獣を呼ぶ代わりに何十秒もその演出を見させられたり、ゲームを煩雑にし、難易度などのバランスを崩してでも改変部分を優先させたりする。良く言えば進取の精神に富む、悪く言えばイデオロギーありきで試行錯誤を繰り返す、これが『FF』というシリーズの特徴である（だからゲームとは似ても似つかない映画も、「FFらしい」と言える）。それ故、同じ『FF』ファンでも、

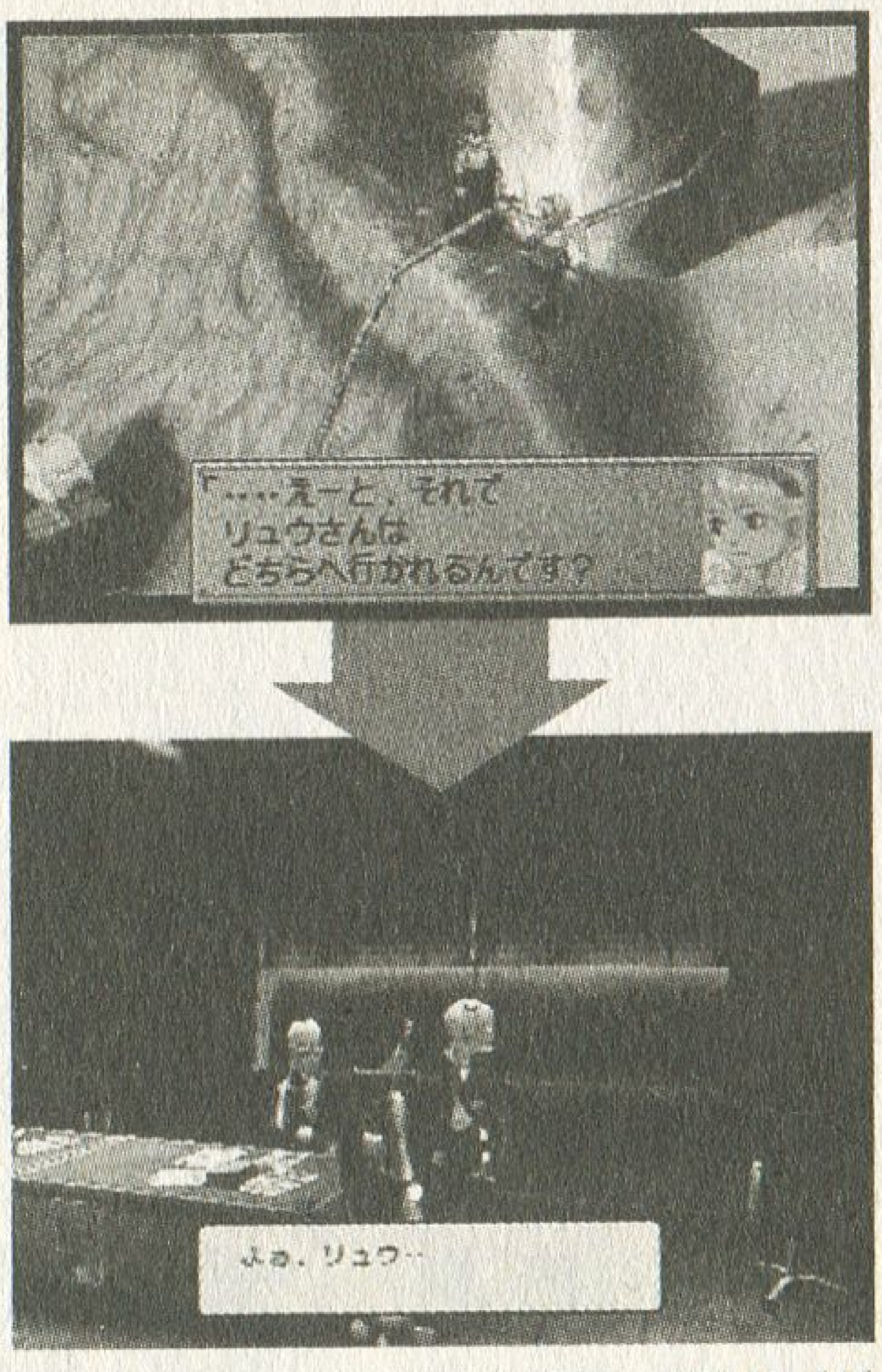


ゲームの新たな境地を拓いた『FFⅦ』。ヒロインが途中でいなくなるというのも、当時は物議を醸した

『Ⅶ』以降は別作品として区別する人は多い。それでも新作が楽にダブルミリオン越えはするだから、やはりお化けタイトルである。

こういった統一感の取れていないシリーズは、シリーズが長寿化しハードの表現能力も変化するにつれて増えているわけだが、中には明らかにシリーズと呼ぶのがためらわれるようなものもある。

たとえば別のゲームになる予定だった作品にキャラクターをかぶせて誕生した任天堂の『スターフォックスアドベンチャー』とか、『サーカスチャーリー』にキャラクターとビデオクリップをかぶせただけのコナミ『ときめきメモリアル2ミュージックビデオクリップサーカスで逢いましょう』などは派生作品と思えばどうでもいい。



上が『ブレスⅣ』、下が『Ⅴ』。随所に変更などがあったとしても、根本的に今までと違うという感じは受ける

しかし、シリーズの正統な続編であるにもかかわらず内容がまったく違う、というよりも別作品をシリーズに当てはめたのではないかと思える作品や、シリーズ作品なのか別シリーズ作品なのかをあいまいにして販売される作品、逆にシリーズ作品なのに新作のように宣伝されている作品も存在する。

たとえばカプコンの『ブレス　オブ　ファイア』シリーズは、奇数ナンバー時に大幅な変更が加えられたという経緯があるものの、最新作『Ⅴ』のシステムや世界観の変更は尋常なレベルのものではなく、しかもサブタイトルの『ドラゴンクォーター』がこれでもかと大きく強調されている。

同様にナムコの『R:RACING EVOLUTION』は、その題名から『リッジレーサー』シリーズを彷彿させたが、実際は実車が出てくるわ、美形キャラクターによるストーリーはあるわ、まったく別物のレースゲームである。

逆に同社の『ヴィーナス&ブレイブス～魔女と女神と滅びの予言～』は、ゲームシステムが『7～モールモースの騎兵隊～』と酷似しており、セールスが伸びなかった『7』という兄貴を切り捨てて、タイトルからビジュアルまで、まったく別の新作のふりをしてデビューしているように見える。自らシリーズの存在と展開を否定したと言っても過言ではあるまい。

自らの目を養うことが大事

こういった、シリーズに加えるか、逆に外すか、はたまたあいまいにするかの戦略はメーカーの心持ちひとつだ。ゲーム制作の作業が巨大化するにつれ、同じスタッフがすべてを手がけるわけにもいかず、意図しなかったにもかかわらず開発スタッフの違いによる温度差が出てしまったとか、制作を他社、しかも海外に丸投げしたために作品を覆うセンスが大幅に変化してしまったというパターンもあるだろう（逆に主要な開発スタッフが退社したために、受け継いだスタッフが前作を丹念に研究して、オリジナルの良さを見事に引き継いだ例もある）。

あるいは新しいハードや海外市場を狙って、意図的に同一シリーズとは思えない作品に作り替えてしまいながらも、そのままのブランドで出してしまったとか、逆に別の作品として出してしまったとか。こういった場合、シリーズでなく「外伝」または「姉妹編」だと主張されると、何が何やら……。

ラインナップの多角化を気軽にできた昔と違い、今は新規作品が控えられ、シリーズとブランドに依存した作品を中心にラインは動いている。気に入ったシリーズ作品の名を冠したスカをつかまされない、あるいは無関係を装った類似作品を見逃さないためにも、ユーザーの「予習」はさらに必要になってくる。難儀な話である。

series_biohazard

type_衰退型

政権安定のための犠牲者 立ち戻ることを許されぬジレンマ

出稼ぎから一度は戻ることを許されたものの、2回目はさすがに許されない!?

TEXT BY 大塚雄二

忘れない？ 忘れたい？ シリーズ栄華の時

『バイオハザード』（以下『バイオ』）がAAVGに及ぼした影響は計り知れない。ホラーという題目はもちろん、ラジコン型操作という新境地、何より潜んでいればモンスターたちの息遣い（足音だが……）が聞こえる演出には、冗談ではなく、コントローラを放置して立ち去った記憶もある。

まず始めに『バイオ』を語ろうえではずしてはいけない要素に、口コミがある。力のあるタイトルの証明でもあるが、口コミを通じてロングセラー、またPS初のミリオンセラーとなったのである。

上で前進、下で後退、左右は移動ではなく向きを変えるために使うという発想は、当初かなりの理解力を必要とした。銃を構えるのはR1ボタン（これがまた良い）、自動照準で的をロックし、狙撃。倒したかどうかは、ゾンビの体から血液が広がるかどうかで見極める。良くも悪くも、ホラー映画の主人公の視点に立って操作するという感覚、それを初めて味わわせてくれたのが『バイオ』だった。

そのファーストインパクトから2年がたった98年、待望の『2』が発売された。『1』の効果もあったか、勢いは伸びに伸び、ダブルミリオン近くまで到達した。

『2』の特徴はなんと言っても、とった行動によりシナリオが変わる、というシステムにある。主人公は2人いるが、『1』のように難易度別に分けられてはない。道は同じだが、前半部分と後半部分に分けられるのである。具体的には、いくつかのアイテムが引き継がれる状態となり、前半部分でそれを取ってしまうと後半はキツく、逆に前半部分で取らなければ後半は楽に、というようにシナリオへダイレクトに影響するシステムと考えてもらいたい。

これが裏シナリオに良い緊張感をもたらしてくれた。「おい、もう死にそうだよ。あっ、そういえばあそこのハーブまだ残ってるかな」「弾なくなったけど、あそこに行けばあるな……ってない。そういえば取ったけ」といった感じである。このような効果もあり、『2』も好評価を得ていた。

『3』もこの流れのままダブルミリオンを超えるか、と思われていたのだが、ここで『バイオ』は足止めを食うことになる。『3』は、『1』より少し良い程度しか売れなかったのだ。これには賛否両論さまざまな意見が存在するが、筆者は時期が良くなかったのでは、と推察する。『3』の発売日となったのは9月、折しも夏の終わりとなり、ホラー人気も一段落する頃だ。端的に言ってしまうと、『バイオ』が飽きられてきたということだが、それでもミリオンを売っ

成長型シリーズ
安定型シリーズ
衰退型シリーズ

た『3』は評価すべきだと思うし、シリーズを変えない、という勇気も必要だと思う。

明確な意志を持った独占供給なのか

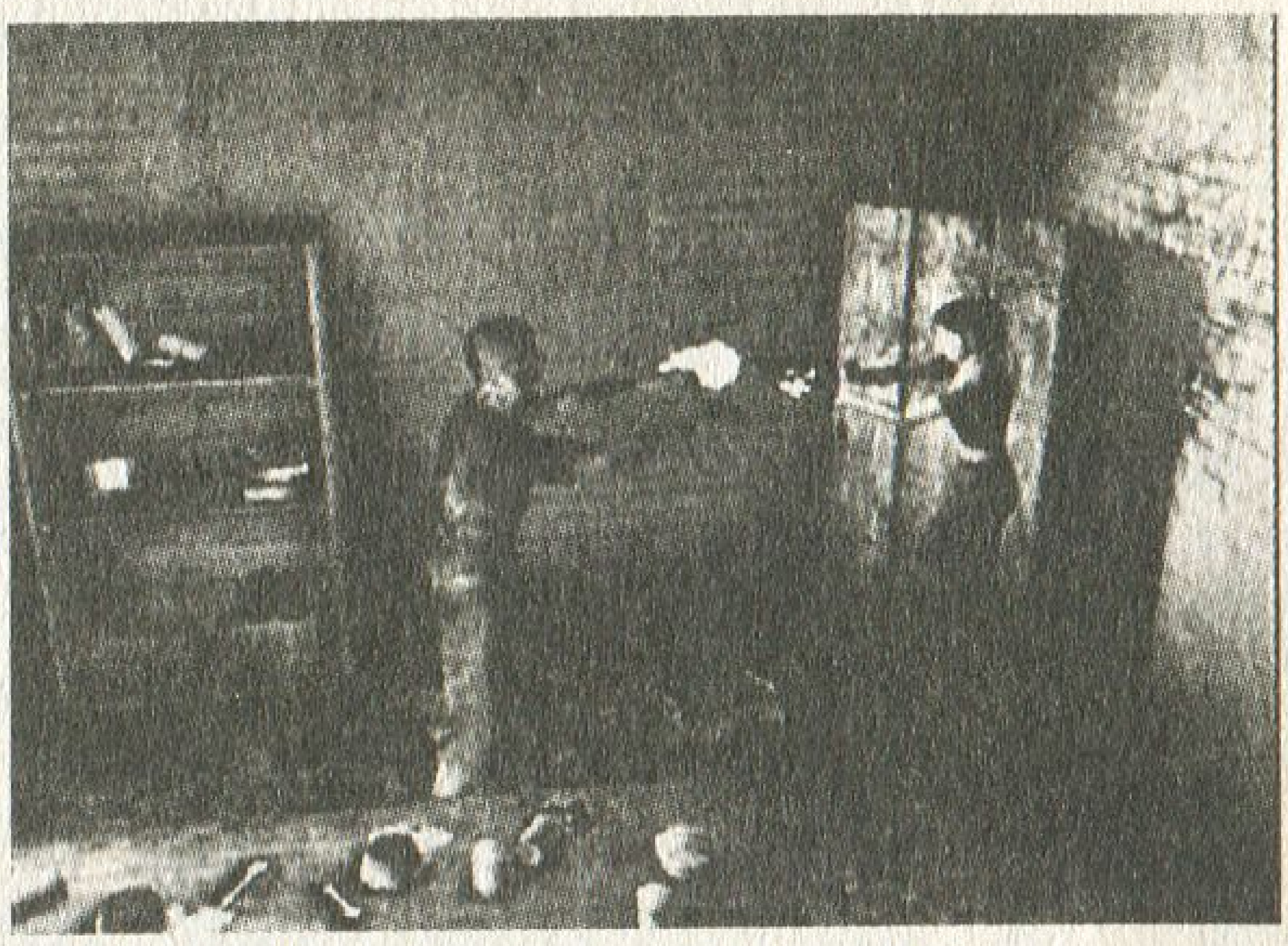
下がったとはいえ、『1』と同程度に売れている『3』までは隆盛の時代と言っていい。

だが、ここから『バイオ』はとんでもない迷走を始めることになる。その第1弾が、『コード：ベロニカ』のDC先行発売である。50万を超えるヒットを飛ばし、セールス的にはまずまず好成績を残したように思われた。だが、カプコンはここで、いや『3』で気づくべきだったのだ。『バイオ』では新規ユーザーはもう呼び込めない」ということに……。当時カプコンが狙っていたのは、マルチプラットフォームを確立させることである。開発環境うんぬんが言われることもあるが、この時すでに一強皆弱の傾向にあったハード業界。1つのハードメーカーとのやりとりでは、どれだけ吹っかけられるか知れたものではない。ならば、力を均等に分けようと考えたことも理解できる。そのためにキラーコンテンツを送り込んだという明確な意志も感じることはできる。だが、つまずきには気づくべき時に気づいてほしかった。

DCが消えることが確実となり、それでも一強皆弱をどうにかしたかったのか、カプコンはまたも迷走を見せる。『1』のサブキャラをメインへと進化させた『0』がそれだ。しかも、DCの場合のようにPS2での後発発売は行わず、GCへの完全独占供給だという。それは現実的な数字を伴い、『バイオ』は『0』をもって、ハーフミリオンすらままならなくなったのである。

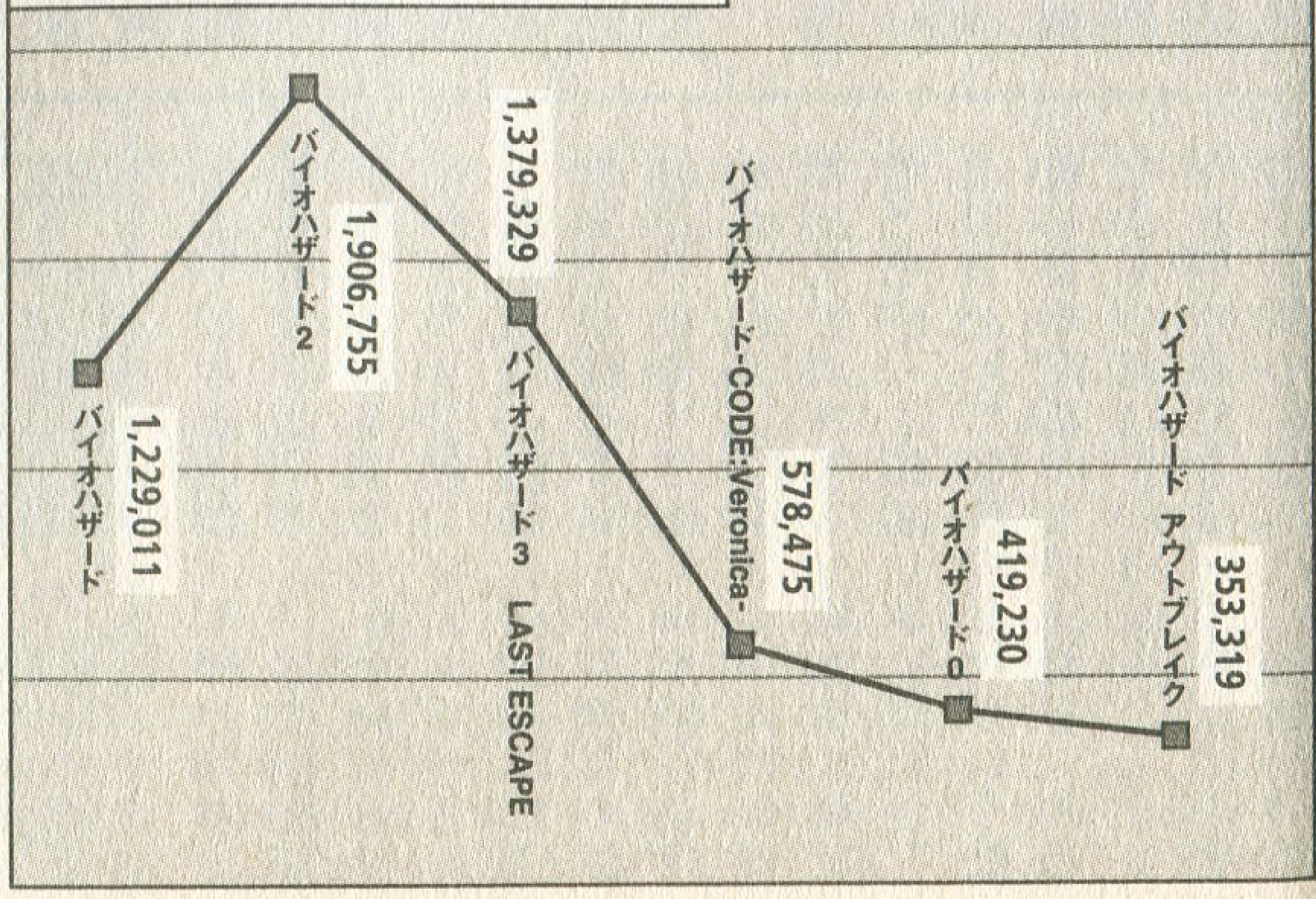
ここまでくればもう迷わないだろう、もうGCでいいから貫き通せよ、と思っていた矢先、なぜか『バイオ』をPS2で出すという話を聞いた。結局これだよ、と思っていたのだが、扱いとしては外伝、しかもネットワーク対応だという。久々のPS2、カプコン側も何が何でもミリオンという気持ちもあったのだろう。当初、ネット対応のみだったのを非対応でもプレイできるようにしたことや、今までの主要キャラはまったく出てこないのに本編に関係がありそうな演出には、内情を疑うなというほうに無理があった。だが、ふたを開けてみれば現時点では『0』に届くか届かないかの売上で、正直PS2で出した意味って何？　と考えざるをえない結果である。

表向きはハード業界の力関係の均等を目指す形で移籍し、犠牲者となった。ホームに戻ってきても弟分である『鬼武者』シリーズにすべてを奪われていた。ここまで悲惨な道を歩まされた『バイオ』。物語はまだまだ続きそうだが、途中で白いタオルを投げ込んでやらないと、どこまで惨めになってしまうのか予想もつかない。



すべての分岐点である「コード：ベロニカ」
ゲーム自体は面白かったんだけど……

「バイオハザード」シリーズの売上げ（販売本数）



「ゲーム批評」にひとこと
巻頭カラーを作るくらいの予算もないのですか？　今号（Vol.54）の表紙の色を「赤」にするところがヤラシーですね。（神奈川県　ミルクティ）

バイオハザード アウトブレイク

迷いを持たずに作られた新たな『バイオ』は再起への鍵となるか!?

GC独占供給から一転、正規ナンバーではないことを盾にPS2で制作された本作をユーザーはどうとらえるべきなのだろうか。

text by 大塚雄二

プレイ時間：21時間



ジ サバイバルホラー
メ カプコン
機 PS2
¥ 6,800円
発 03年12月11日

失敗に終わった2つの要因

今回紹介する『バイオハザードアウトブレイク』（以下『アウトブレイク』）は、低迷する『バイオ』シリーズに光をもたらす存在になるはずだった。

いきなり何ともネガティブな出だしだがふたを開けてみれば、非常にお粗末な結果、というのは事実だろう。では、なぜこれほどまでに話題にならず、セールス的にも芳しくなかったのか？　1つ目の要因としては、シングルプレイモードの面白さを十分に訴えられなかったことがある。ここからは内容も含みながら進めさせていただくが、『アウトブレイク』はステージ制のショートシナリオとなっている。当初オンライン対応のみを予定していたのだから、これは当然のことであり、問題はない。だが、オンライン専用から非対応でもプレイできるようにした分、今までのタイトルにありがちな「オンラインじゃないと楽しめないんでしょ」という先入観だけを残してしまったのだと思う。だが、『アウトブレイク』に関して言えば、非対応でも十分に楽しめる。下手にSCEで出したい＝任天堂への言い訳として、オンラインを持ち出したがため、持ち出さざるをえなかったための（あくまで邪推となるが）過ちと言えるだろう。

2つ目は、正規ナンバーの使い回しといった印象を与えてしまったことだろうか。実際にプレイをすればわかるが、いくつか同じステージでプレイするとはいえ、まったく違う建物や、正規ナンバーではその存在だけは見たような通りなどが舞台になる。ただこれも、今までの『バイオ』とかかわりがあるように見せるため、どうしても失敗できない再起のために、下手に見たことのある場所ばかりを宣伝に使っていたため、使い回しといった印象を与えてしまったように思えてならない。

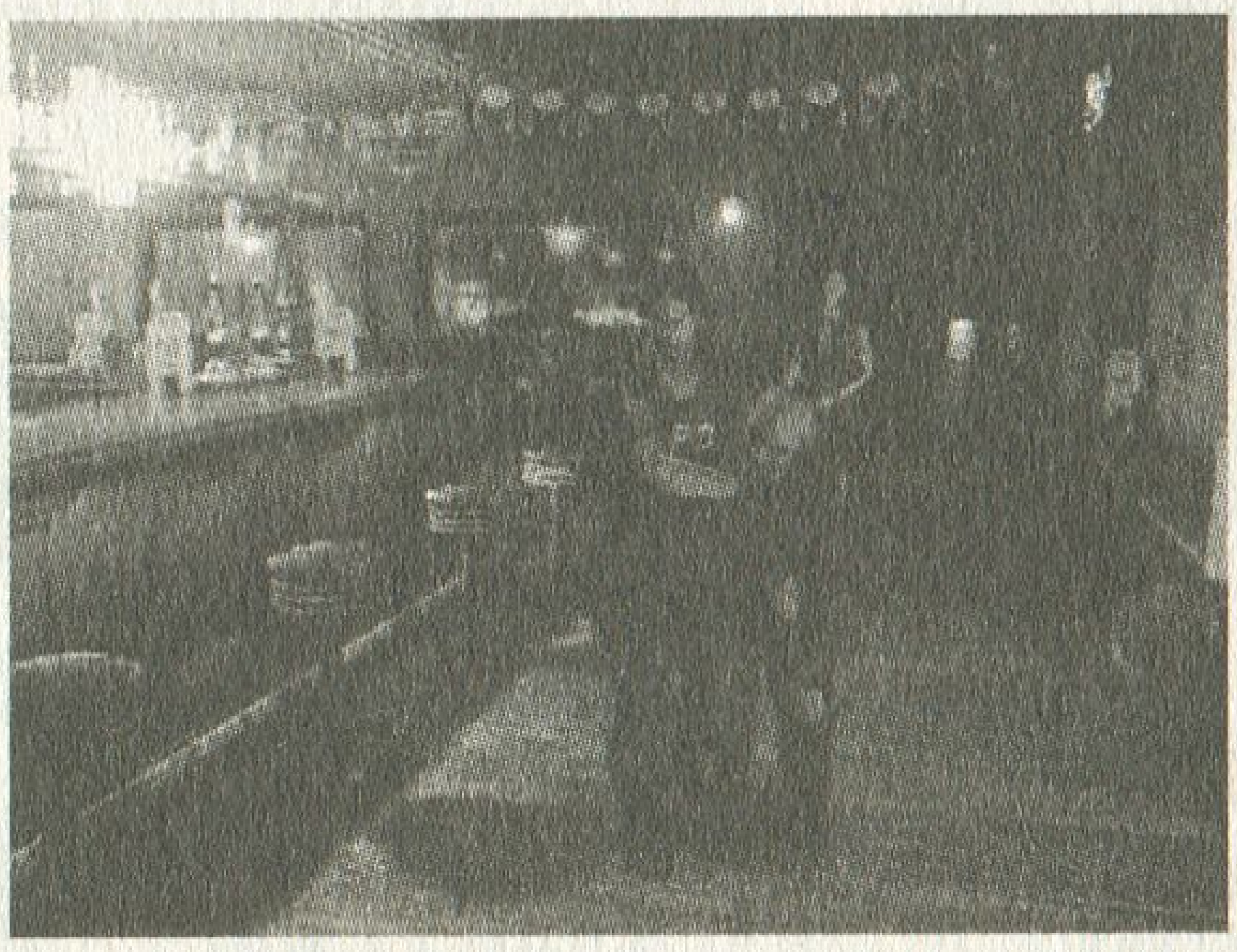
失敗でも面白い『アウトブレイク』の魅力

ここまで読んでいただければ気づいた読者もいるかもしれないが、筆者は『アウトブレイク』を否定的にはとらえていない。確かに売上は芳しくないが、それと内容は別問題である。では、どこに魅力があるのか？　それを今から述べていこうと思う。

誰もが引っかかる部分として、ステージ制のショートシナリオがあるだろう。ただでさえ短い『バイオ』がショートシナリオになってどうすんの？　とは当然の疑問だ。だが、これはCPUが他プレイヤーとして参戦する、という機能により問題なく解決する。人とやるから面白いんだろう？　という方もいるだろうが、やればやるだけ成長できるRPGと違い、A

CGやAVGはプレイヤーとしてのうまさが問われる。ともすれば、他人とやることにより、2度と起動したくなくなったりすることもあるだろう。そこでCPUが代役に立てば、自信を失うことはまずないし、失敗をしても気まずい雰囲気は生まれない。それにこのCPUは結構頭が良い。こちらがゾンビに襲われていれば、必ず助けてくれるし、傷つけば肩を背負って一緒に行動してくれる。逆にCPUに対してこの行動を行うこともできる。疑似とはいえ、オンラインゲーム感覚を味わえることは確かだ。ただアドリブの会話はあるものの、実際に指示や相談を行えるわけではないので、ショットガンを渡したらゾンビ相手に使いきる、というとんでもない行動に及ぶことも多々あるが……。

また、『アウトブレイク』の難易度がかなり絶妙なラインで設けられていることにも好感が持てる。イージーはその名のとおり、よほどのへまをしない限り、簡単にクリアすることが可能だ。もちろんこれにはラジコン操作を取得していることが必須だが、今やこの操作方法も定番なので、迷うような方もいないだろう。最初はイージー、ノーマルのランクしかないが、ハード、ベリーハードといった上級者向けのランクがあとから追加される。『バイオ』においては相当やり慣れているはずの筆者でもハードはつらく、編集部には悪いが正直ベリーハードは手も足も出なかったというのが本音だ。



傷付いたら仲間から肩を貸してもらい、傷付いた仲間がいれば肩を貸す。単純だがこのような演出も目を見張った

なぜ手も足も出ないのかを考えたとき、アイテムボックスがないことにぶち当たった。当然といえば当然かもしれないが、ショートシナリオ故にアイテムボックスはない。その代わりに仲間とうまくアイテムを交換していくことが必要になるのだが、これが思うようにいかない。ノーマルぐらいであれば、仲間を助けつつ進むことは可能なので、よほどのことがない限り回復アイテムが落ちている時に使ってやる程度で十分だった。だが、ハード以上は自分のことで手いっぱいなので、仲間が勝手にやられていることがある。この場合、どうしてもストックが必要となる。自動的に持たせるアイテムもシビアになるうえ、ほとんどのキャラクターは所持アイテム限度数が少ないので、やりくりできずにゲームオーバーとなるわけである。じゃあ仲間を見捨てれば？　となるかもしれないが、そこは非対応とはいえ、せっかくCPUと組んでいるのだから、仲間と進んでこそ価値のあるタイトルということと、やはりアイテムボックスの代わりの役目があるので、そう簡単には見捨てるわけにはいかないのだ。ここまで述べると、かなりの高い戦略が要求されるタイトルととらえられるかもしれないが、あくまでハード以上の話になるので、初心者の方でも順序よく成長していくことはできる。

『バイオ』はシリーズを通してあまり変わっている部分がない。それどころか、他メーカーが出す、似たようなラジコン型ホラーAVGより、格段に怖さはなくなった。開発者は怖さの追求よりも、広げすぎた壮大なストーリーをどのように集約すべきか、またはどこまでシリーズを続けるべきかを迷っているように感じる。だからこそ、そういった正規ナンバーの宿命を何も持たずに制作されたであろう『アウトブレイク』には迷いが見られない。『バイオ』だけど『バイオ』じゃない。それが『アウトブレイク』の真の魅力なのではないだろうか。

関連作品

バイオハザード

ジホラーアドベンチャー
メカプコン
機PS　￥5,800円　発96年3月22日

言わずと知れた、ラジコン型AVGの始祖。『バイオ』シリーズがどんなに低迷しようと、『バイオ』系という言葉がなくならないように、その影響力は根強く残っている。口コミでミリオンを達成したということでも、希有なタイトルである。

誰が『ときメモ』を殺したか ビックタイトルの栄光と凋落

それはギャルゲーというジャンルを作り上げ、そしてギャルゲーという枠を超えた名作であった。『ときメモ』が残した偉大な足跡と、その転落の歴史を紹介しよう。

TEXT BY 吉田龍司

1時代を築いたゲームの悲しい現実

ワゴンセールにはいつも夢の残骸が転がっている。いつからだろうか、『ときめきメモリアル』（以下、『ときメモ』）関連製品が圧倒的に目立つようになったのは。ゲーム本編に加え、グッズの種類、量とも半端な数ではない。それが軒並みとんでもない値段になっている。ドラマCDに貼られた50円・100円という値札を、僕はよくショックを持って見つめる。

もちろん、こんな話はよくある話だ。ジャンルを問わず、90年代の墓場があちこちにあるのはわかっている。しかし、だ。『DQ』『FF』とまでは言わないが、もしかしたら、ユーザーも業界も誰もが一目置く超人気シリーズに育っていたかもしれないタイトルなのだ。末路としてはあまりにも無残な感がぬぐえない。誰が〝ゲームの中のゲーム〟を殺したのか。

業界を席巻したときメモ現象

『ときメモ』は今年で10周年を迎える。94年5月、『1』はコナミ社内もユーザーも誰も注目しなかったソフトとしてひっそりと発売された。その後、パソコン通信や口コミを中心に尋常ではない反響を呼び、瞬く間にビッグタイトルへとのし上がったのである。

その完成度の高さ、斬新なプレイ感覚、今もって『1』は〝ゲームの神様が降りた作品〟のシンボルだ。その後、雨後のたけのこのような追随作を呼び、業界には一大ギャルゲーブームが到来。また、ギャルゲー以外のゲームでも恋愛要素が積極的に導入されるようになるなど、大げさでなく『ときメモ』はゲームという文化全体に影響を与えた作品だったと言える。たとえば『FF』などのRPG、『牧場物語』といった牧歌的なSLGでも、いつしか意中のヒロインとコミュニケーションを深め、結ばれるエンディングが当たり前になった。こうした傾向が、恋愛ゲームの成功と無関係であったとはとても考えられない。『ときメモ』以前にも恋愛要素を含んだゲームはあったにせよ、「〝萌え〟はカネになる」というコンセンサスが業界に浸透したのは『ときメモ』発売以後の話だと思うのだ。

一躍コナミのドル箱となった『ときメモ』。思えばこの10年、前半の5年はユーザーにとって幸せな時代であった。関連作品が続々と登場。藤崎詩織CDデビューをはじめ、数えきれない関連グッズの発売ラッシュも続いた。ゲームの売上自体はともかく、1ユーザー当たりのカネの注ぎ方も半端ではなかった。ソフト+グッズのトータル販売という巧妙さでは、『DQ』も『FF』も『ときメモ』に

はかなわないのではないか。

ユーザーはコナミのすさまじい営業戦略に乗った。いつしかグッズは体操服や抱き枕へとエスカレートしていき、一部で「コナミはわれわれをどう思っているのか」との不信感を呼んだが、まだまだこの時点では両者には確かな信頼関係があったと思う。

いかにむちゃなグッズが出されようとも、ゲームのブランド自体に揺るぎはなく、中でも97年以降発売された『ドラマシリーズ』のグレードは本編以上に高い面もあったのだ。満を持して発表された『2』への期待感はいやが応にも強まったのだが——。

希望の5年から絶望の5年へ

99年に登場した『2』。残念ながらゲームの神様は降りてこなかった。全体のテンポの悪さ、CD5枚組というシステムに伴う煩雑な手間、演出過多のあざとさ……もちろん『2』なりの良さはあるし、凡百のゲームとは一線を画すクオリティもある。だが、結局『1』ほどのインパクトは残せず、販売本数も落ち込んだ。なお同年に発売された『1』のディレクター永山氏による『めぐり愛して』（SME）も散々の出来だった。名作『1』の遺伝子はどこかでぷっつりと消えてしまったのである。

萌えはカネになる。だが、制作サイドはどこかで肝心のゲームよりもキャラを優先しなかったか。誰がCD5枚という仕様にゴーサインを出したのか。なぜゲームの快感よりも容量を食う演出を重視したのか。おそらくは「ユーザーはゲームよりもキャラ萌えを望んでいる」が答えなのだろう。



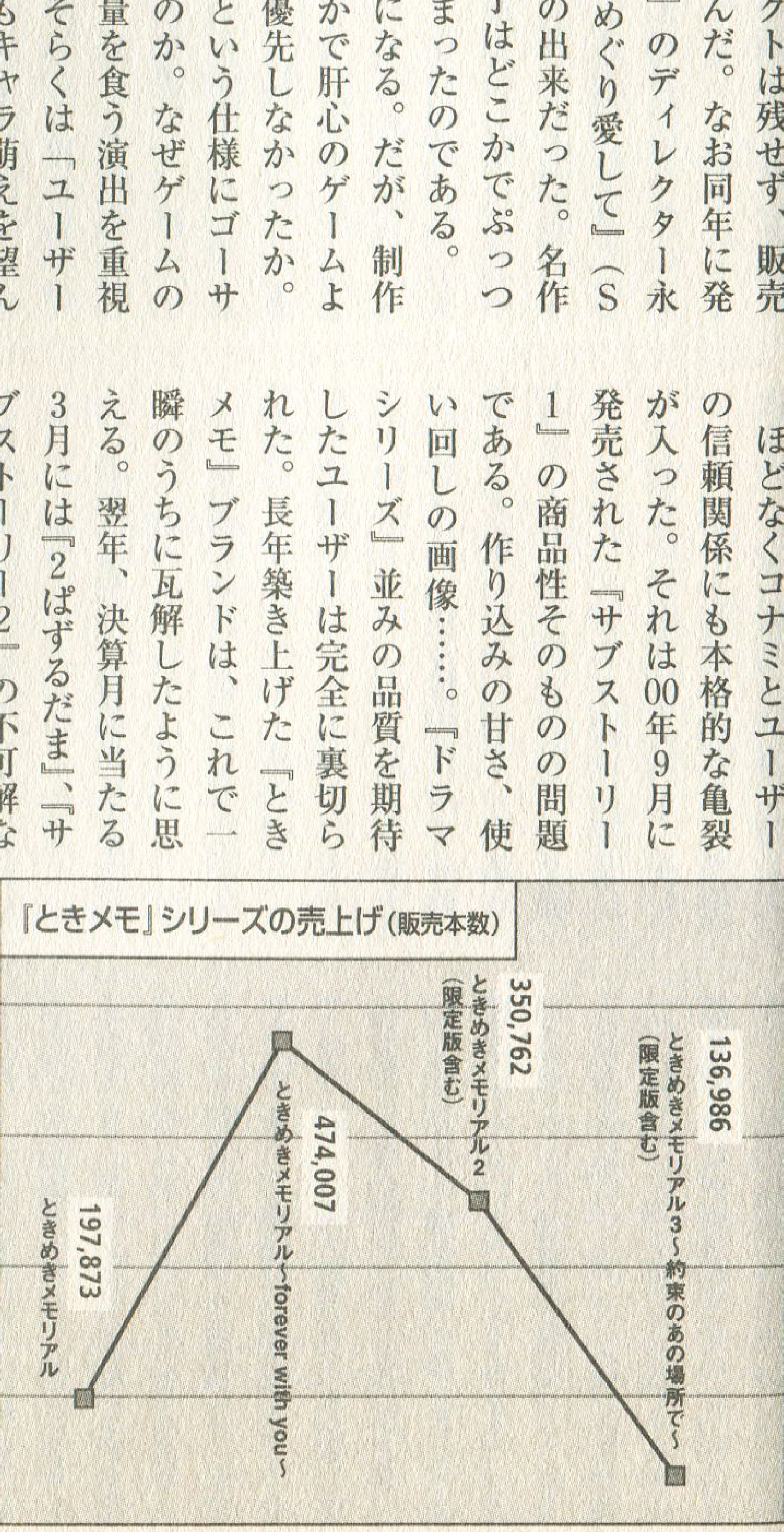
鬼のように発売されたグッズの数々。ゲームの魅力があってこそ、ユーザーは鬼のように買い続けた

ほどなくコナミとユーザーの信頼関係にも本格的な亀裂が入った。それは00年9月に発売された『サブストーリー1』の商品性そのものの問題である。作り込みの甘さ、使い回しの画像……。『ドラマシリーズ』並みの品質を期待したユーザーは完全に裏切られた。長年築き上げた『ときメモ』ブランドは、これで一瞬のうちに瓦解したように思える。翌年、決算月に当たる3月には『2ぱずるだま』『サブストーリー2』の不可解な同月発売を実施。露骨な決算対策としか見えない以上、コナミがユーザーを向いた商売を行っているとは到底思えなかった。

そして『3』での「ときメモファンド」導入。結局、『ときメモ』は資金調達面でのモルモットとしてそのビッグネームを利用された感がぬぐえない。ファンドとしての契約上、発売延期が絶対に許されないゲームとして『3』は開発された。ZARDの起用、トゥーンレンダリングの活用と、特に出資者に対しては一見華々しいウリがあったのだが、それはゲームを面白くさせた要素とは言い難いものであった。ユーザーを向いて作られていないゲームが売れるわけもなく、今や『ときメモ』ブランドは地に堕ちた。ここ数年、ファンたちはどんな思いでグッズを続々と売却したのだろう。

小人数で作ったゲームに起こった奇跡。奇跡は二度と起こらないから奇跡なのか——違う。『ときメモ』の死は単なる人災である。

『ときメモ』シリーズの売上げ（販売本数）



「2003CESAゲーム白書」に見るこれからのゲームとユーザー心理

ゲーム業界１年分のユーザー傾向や、ショップの動きが読み取れる本書から、ユーザーの「今」と「未来」を垣間見る。

TEXT BY 里内武志

　長引く景気の低迷は、ＴＶゲーム業界にもダイレクトに影響を与え続けている。「ＣＥＳＡ白書」によればゲーム業界の市場規模（売上高）は97年をピークに下がり続けており、一昨年はピーク時の64％にまで下降しているという。昨年もその傾向に歯止めがかかったとは考え難く、今年のゲーム業界は7年前の半分の規模にまで縮小してしまうことになりかねない。特にソフトの落ち込みが顕著なようだが、今年の5月に開催される展示会でハード（ゲーム機）メーカーは競って年末から来年にかけて発売を予定している新機種の発表を行うと言われている。ゲーム産業を支えている両輪＝ハードとソフトのビジネスにアンバランスなモノが出てきているようだ。

　ゲーム機は売れているが、ゲームソフトは売れない状況。

　新作が登場してもシリーズ作品が多いために目新しさを感じることができず、ソフトのマンネリ化にはますます拍車が掛かっているように思われる。

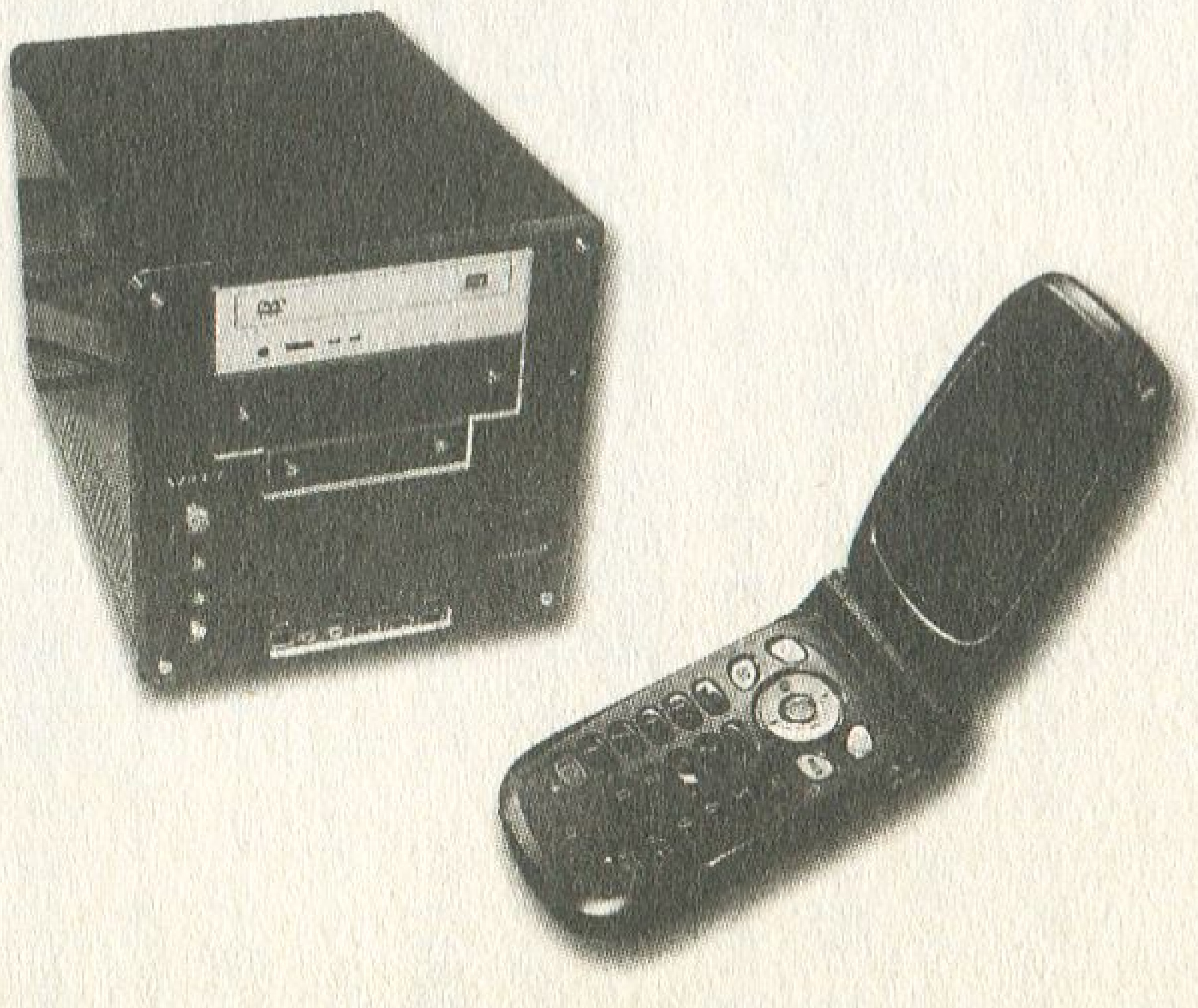
　ユーザーの心理には〝新しさ〟を求めるモノが多くあるはずなのだが、シリーズ作品以外の新規タイトルに好調なセールスを上げたモノをほとんど聞くことがない。

　ユーザーが保守的なのか、新規タイトルが面白くないのか、シリーズタイトルが本当に期待されているのか、満足されているのだろうか……？

　ゲームソフトの〝これから〟を「白書」を眺めながら考えてみた。

ユーザーは保守的なのか？

　ＴＶゲームが世の中に本格的に登場してから20年以上が経過し、その市場はすっかり成熟したものと言われている。成熟した市場とは何か？　という質問に対する解答として最もわかりやすい表現は「ブームが落ち着いた」という表現であろう。誰もが口々に話題にし、新しい商品を探し求め、追いかけている風潮が一段落し、身近な存在として特別な意識が薄れてきた状態を指すという意味では、ＴＶゲームは〝そういう存在〟となっている商品である。今日のゲームユーザーの中心層と言われる20代後半の人間にとって、ＴＶゲームは小学生の頃から存在していたモノであり、特別に意識するモノではない。それは換言すれば、ゲームが日常生活の中で手にする、いくつかある選択肢のひとつにすぎない、ということでもある。その点からすれば携帯電話やインターネット（パソコン）などの存在は、彼らにとってはＴＶゲームに最も隣接した商品群であり、ＴＶゲームの立場から見れば〝強力な



比較的簡単にインターネット常時接続を可能としコミュニケーションツールとしての立場を確立した携帯やパソコンと違い、一歩出遅れたゲームの立場は弱い

ライバル〟と受け取れる。

コミュニケーションツールとしての携帯電話は、技術的な進化に伴いまだまだ右肩上がりの状況が続くであろうことは予測されるし、インターネットもインフラやコンテンツビジネスが発展途上であることを考えれば携帯電話と同様である。「白書」を見るまでもなく、携帯、インターネットへの関心は、ゲーム（コア）ユーザー、一般（ライト）ユーザーともに相当高い。一方では定められた使用可能な金銭の中でゲームに対する出費も制限されざるをえない。つまりは〝ハズレ〟は許されないのである。そのことが、シリーズ作品に向かわせる、言い換えれば新規タイトルに及び腰になるということなのだろう。保守的といえばそう言えるかもしれないが……。

「一般的な商品」ということ

TV局の人間が視聴率欲しさに関係者に買収工作を働きかけた、という事件があった。視聴率とは本来、民放TV局がスポンサー獲得のために使用するための数値であるはずなのだが、大晦日のTV番組のように、いつのまにか一般の人間までもが意識する数字になってきてしまっている。視聴率以外にも、TVや雑誌などの媒体では〝はやっている商品〟の情報が大量に供給され、それらに遅れまいと一般人が動きを加速する。結果として、世の中には〝売れている（流行の）商品〟と〝そうでない商品〟の二極分化が進んでいっているように思う。顕著な例が音楽CDではないだろうか？　音楽ソフト業界も、ここ何年か売上ダウンが続いているようで、業界関係者の方々はPCによる不法コピーを目の敵にしているようである。だが、全体的な売上はダウンしているものの、一方で史上最高のヒットをたたき出す歌手もおり、極端な二極分化が進んでいる。

前述したように、今日では多くの人間がゲームを一般的な身近な存在＝特別ではないモノと感じている。ゲームソフトが一般的な商品になってきたこと自体は業界関係者として喜ばしいことなのであるが、一概に喜んではいられない。

それほど多くはないが一般雑誌などにも、書籍や音楽CDに交ざって〝ゲームソフト売れ筋ランキング〟が見受けられるようになってきた。近いうちにゲームソフトにも二極分化の波が押し寄せてくることになるのだろう（既に〝余波〟は来ているのかもしれないが）。

また、音楽CDやDVDソフトなどの他コンテンツとゲームソフトの一番わかりやすい違いとしては〝価格が高い〟ということが言えるのではないだろうか。結果、中古市場が活性化することにもつながってしまう。「白書」によれば、ゲームソフトの中古利用はライトユーザーにも広く認識されているようだ。これが結果的にメーカーの首を絞めることの悪循環につながらなければいいのだが……。

ゲームソフトの限界？

それほどゲームをしないライト層にもゲームショウに足を運ぶコア層にも、好きなジャンルとしてRPGに人気が集中していることは「白書」を見るまでもなく想像できることである。ゲーム機のスペック競争が一段落を迎えるとともに業務用ゲームからの移植作品＝アクション系が影を潜め、TVゲームで育ったプレイヤーが大多数を占めるようになった今日、家庭用ならではのRPGが多くのユーザーの支持を集めることは、プレイヤーに高度な技術が求められるアクション系に相違して、多くの人間がRPGは評価がしやすいと思っていることと無縁ではないと思う。またRPGに優秀なクリエイターが多く集まっていることも確かなのだが、優秀な作品を企画開発できるクリエイターは、これまでの作品歴を見るまでもなく限定されている。

ゲーム機のスペックの進化とゲームの面白さは別次元のテーマであることは今さら問題にすることではないのかもしれないが、ハードが進化してもソフトが進化することができない部分と言える。

ユーザーの保守性以上に新しい作家の出現が鍵となる、と言ったら怒られてしまうだろうか？

シリーズしかないのなら そこから新たな体験を

「シリーズでも新規がすんなりプレイできるように」という言葉がある。これをうのみにするわけではないが、やってみる価値もあるかもしれない。

TEXT BY 編集部

『DQ』と『FF』の微妙な関係

シリーズを取り巻く現状を紹介しながら取り上げた本特集ではあったが、最後に本誌読者の意見を交えながら、ユーザーがシリーズに望んでいること、そしてなぜシリーズが受け入れられるのかを考察してみたいと思う。

本特集では取り上げることを避けたタイトルに、国内2大RPGがある。片や変わり続けること、その時実現できるすべての技術を用いて生み出される『FF』シリーズと、片や変わらないこと、RPGとはこうあるべきという姿勢を貫き続けている『DQ』がそれである。

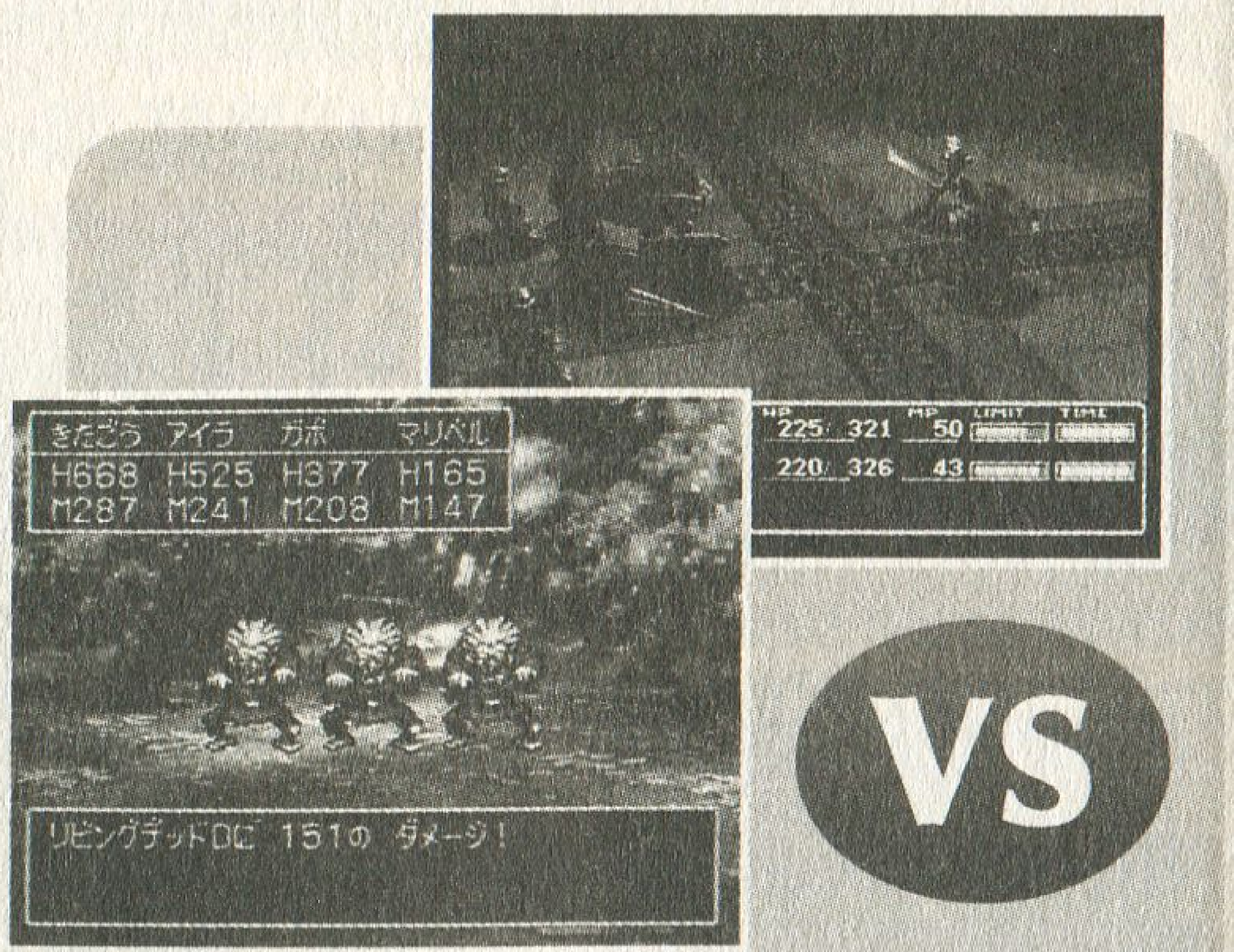
昨年の合併から、2大RPGは1つのメーカーが保有することとなり、若干方向性が変わったのか、『DQ』はリアルなキャラクター路線でいくようだが、今後一体どうなるかは本稿の趣旨ではないので、割愛させていただこう。

やはり読者の方からの反響が大きい2大RPGではあるが、その意見を読んでいて気づいた部分に、世代による意識の違いというものがあるように感じた。ゲームというのは思い出による部分が大きい。初めてプレイしたRPG、SLG、ACG……それがよほど駄目でない限り、その人の中では良作を超えることが多々ある。それまで味わったことのない感覚を体験させてくれたことに対するリスペクトは相当なものだろうから、これは仕方がないと言えるのかもしれない。だが、それと他作品を評価しないということは、まったく違う意味になるのではないだろうか。

話がズレてしまったが、何が言いたいかというと、30歳以上に『DQ』支持・『FF』否定、20歳以下にその逆のパターンが多々見受けられるということである。あくまで「多々」なので、そうだとは断言できないが、本誌読者からの意見を見る限りではその傾向が強いように感じた。

ここで思い出の話にリンクするのだが、30歳以上にとっての『DQ』はまさに「衝撃」を与えてくれたタイトルだった。事実、好きなシリーズとして挙げてきた方々の意見には、「思い出には勝てない」や「作品を通じていろいろなことを学んだ」といったニュアンスのものが多かったからだ。逆に『FF』に対しては、「映像を綺麗にすればいいものじゃない」や「毎回変わってわけがわからないのに、なぜかクリアできるのはおかしい」など『DQ』を基準として考える傾向が多々見られた。彼らにとっては『FF』はあくまで二番煎じ的なRPG、と受け取れる意見と言えるだろう。

逆に20歳以下の方の意見として、『FF』は「ゲームでここま



右上が『ＦＦⅦ』。左下が『ＤＱⅦ』。発売日は『ＤＱ』のほうが後だったが、ハードの性能をフルに発揮した『ＦＦ』に比べ、画面上を見た限りでは、『ＦＦ』のほうが優れている感はある。とは言え、本文でも述べている通り『ＤＱ』は変わらないＲＰＧの代名詞なのでこれでも問題ないのだが……。

でできるのはすごい」や「毎年コンスタントに続けてくれるシリーズはほかにない」といった意見があり、『ＤＱ』に対しては、「あれで5年もかかるのはおかしい」や「変わらないことはウリにならない」といった、あくまでＮＯ．１ＲＰＧは『ＦＦ』といったことを主張するような意見が多数を占めたのだ。彼らにとってゲームをやり始めた時には、すでに『ＦＦ』と『ＤＱ』があっただろう。幼少時は『ＤＱ』が圧倒的に支持されていた時代だったかもしれないが、毎年確実にリリースし、その技術力を示し続けた『ＦＦ』を支持する層に変わったことは想像に難くない。

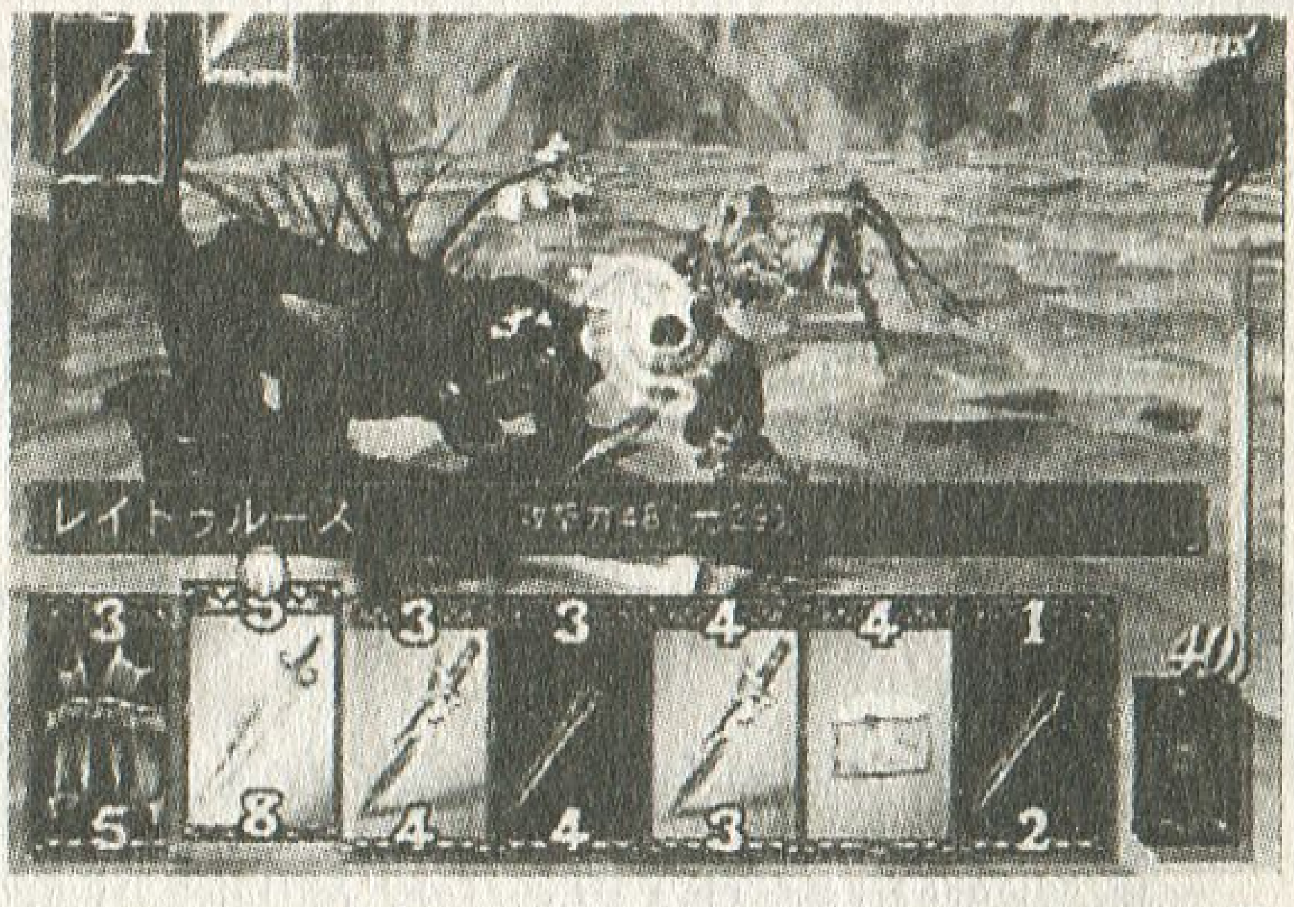
どちらも爆発的に売れているＲＰＧなので、幅広い層から支持を得ていることはまず間違いないが、こういった意見を見る限りでは、シリーズタイトルにおいては、世代の差が占める部分も案外高いのでは？　と考えさせられる面があったのは確かだ。

動く気がないメーカー 動かざるをえないユーザー

先にも述べたが、「好きな作品をリスペクトすることと、それに当てはまらない他作品を評価しない」ことは別問題である。読者からの意見にこんなものがあった。

「きっと嫌いなシリーズを書いている人は、そのタイトルをやりもしないのに嫌っているんだろうな」。すべてがそうでないにしろ、中にはこういうユーザーもいることは思う。

ゲームはあくまで娯楽なので、自分の嗜好に合わないものをプレイする必要はないし、娯楽としては少々高い購入費用もネックとなるだろう。だが、これだけシリーズゲームが占める割合が大きい昨今のゲーム業界。自分が思い描いているものより少しズレているからといって、購入を控えてしまっては、新たな「衝撃」に出会う機会を逸してしまうかもしれない。



昨年末にＧＣ用『ドルアーガの塔』を予約特典にして発売された『バテンカイトス』。大作系として送り出されたが、世間の風は厳しかった。

Ｐ38～39で紹介したように、シリーズタイトルを名乗っていながら、まったくの別路線へと変更し、既存のユーザーからそっぽを向かれてしまったタイトルも多々ある。これは逆を取れば、路線を変えたことにより、それが新たなユーザーの嗜好とリンクした可能性がある、と受け取ることもできる。

新規を買えというわけではない。安い買い物ではないので、この不景気、冒険をする勇気もないだろう。だが、シリーズタイトルであったとしても、たまには別のタイトルをやってみるのも良い刺激になるのではないだろうか。なぜユーザーがそこまでとか、メーカー側に甘い意見だ、と受け取られる方も多いだろうが、ここ数年の傾向からわかるように、メーカー側は今のスタンスを変えるつもりがないどころか、ますます閉塞感が漂う状態になっている。そこに嗜好にあったタイトルを買い続けることしかしないユーザーでは、業界の未来は本当に真っ暗になるかもしれない。

1分でわかる

今号のゲーム業界の動き

2003年11月中旬〜2004年1月中旬

今号で扱った時期のゲーム業界の動きをウキウキウォッチング!

11月

15日 マイドームおおさかにて、「Games Japan Festa in OSAKA2003」が開幕した。

19日 都内にて、スクウェア・エニックスが、当選した一般参加者も招いての『ファイナルファンタジーXII』制作発表会を行った。①



『FF』シリーズ生みの親である坂口氏の登場など、さすが一般参加者を招いての大発表会のことだけはあるという感じだった

21日 SCEJが、同月20日に発表したPS2専用ソフト『くまうた』において、アップロードされた唄データを受信した際に送信者の個人情報が閲覧されるとして、無料ディスク交換を行うと発表。

26日 デジキューブが、東京地方裁判所に破産を申し立てたことが明らかになった。

28日 SCEJが、04年4月1日付で、ソニーの完全子会社となることが明らかになった。

12月

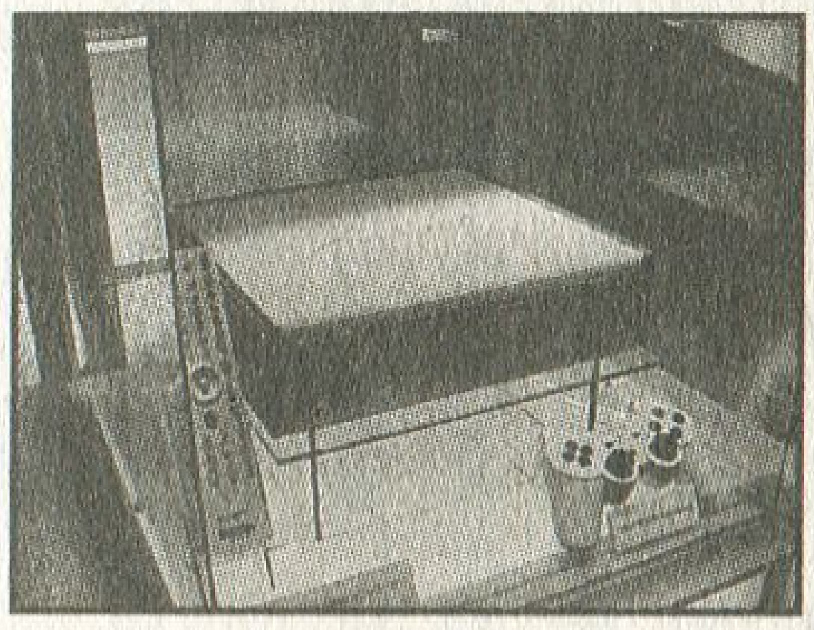
3日 任天堂が、GBA専用ソフト『ポケットモンスター ルビー・サファイア』における、「きのみが成長しない」、「ポケモンくじがひけない」などの問題について、無償アップデートを行うと発表。

4日 東京都写真美術館にて、TVゲームの展覧会である「レベルX」が開催された。

8日 コナミの海外新拠点コナミ・デジタル・エンターテイメントが、日本ファルコムとの合意により、『イースVI－ナピシュテムの匣－』の全世界におけるコンシューマゲーム化の権利を獲得したと発表。

11日 スクウェア・エニックスが、米の携帯電話サービス向けに、ゲームコンテンツの提供を開始した。

13日 ソニーは、PS2専用ゲームがプレイ可能なハードディスク搭載DVDレコーダー「PSX」を発売した。②



スペックダウンの印象しか残らない「PSX」だが、完全版の発売はいつになるのか、値段は上がるのか、など疑問は多々ある

16日 日本ファルコムが、『イース』のオンラインゲーム化に関して、韓国企業2社と提携を行うと発表。

18日 パシフィック・センチュリー・サイバーワークス・ジャパン（PCCWJ）が、04年1月26日をもって、社名を元のジャレコに戻すことを明らかにした。

22日 ソニーチャイナが、同月20日に予定していたPS2本体の中国での発売を延期したと明らかにした。また、新たな発売日に関しては明確になっていない。※04年1月1日に、上海と広州の2都市のみ発売開始となった。

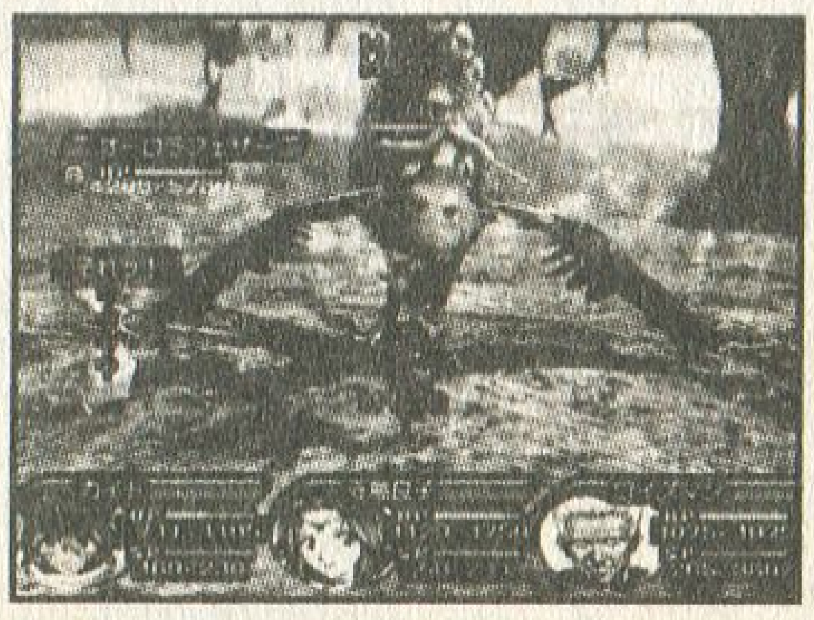
23日 ハイチ系アメリカ人のグループが、『グランド・セフト・オート：ヴァイスシティ』に人種差別的な描写があるとして、パームビーチ郡の裁判所に販売差し止めを求める訴訟を起こした。

24日 スクウェア・エニックスと任天堂が開発したGC専用『FFクリスタルクロニクル』が、文化庁メディア芸術祭賞のエンターテインメント部門大賞を受賞した。

サミーは、元セガワウ代表取締役社長の中川力也氏が、04年1月1日付で同社研究開発統括室NEWS研究開発本部長に就任すると発表。

25日 PC/XBOX用『ギャラクシーエンジェル』やPS2用『ガングレイヴ』などを開発してきた企画デザイン工房 戦船が、04年4月1日をもって、セタに吸収合併されることが明らかになった。

29日 『.hack』などで有名な開発会社サイバーコネクトツーが、同月16日をもって株式会社となっていたことを、同社サイトにて明らかにした。③



販売会社と開発会社の役割が明確になってきた昨今、純粋なクリエイターが残る開発会社にはぜひ頑張ってもらいたい

1月

13日 SNKプレイモアが、パチスロ機種「メタルスラッグ」を発表し、今後の事業をゲームから、パチンコ・パチスロ中心に移行していくことを明らかにした。

14日 任天堂が、GBA専用タイトルとして、FCタイトル10本を復活させると発表。「ファミコンミニ」シリーズと題して、04年2月14日に発売することを明らかにした。

ゲームショップで語れ場

語り手：メッセサンオー本店店長 金寿彦

来てもらうために必要なこと 来たときに必要なモノ

金店長（以下金）：どうして2人なの？

―それは弊誌の進行の問題とだけ、お伝えしておきましょう……。多分、まだVol.54は多くの方の目に触れていないと思いますので。

金：そういえばそうだった。ところで、デジキューブがなくなったね？

―なくなりましたね。

金：皆が騒いで、「大変ですよね？ ゲーム売れてないんですよね？」とか言われるんだけど、**秋葉原だって3年で10店舗なくなってる**んだよ。皆が知らないだけで……。減っているのは、もちろんゲームが売れてないから。今回はデジキューブという大きな会社がこういうことになったから、大きな話題にもなるんだろうけど、実はもうとっくにそうなる状況は整っているんだよ。というわけで、今回は「売る要素」ですね。

テーマ6 売りの苦しみ

私は売れるゲームというよりも、発売されるタイトルは全部売りたいと思ってますよ。これは本当にね。でも、お店からすれば、ちょっと**生っぽい話になるけど、1本でも売れれば利益になる。**ただ、その商品の性質や、お店の理念、社風みたいな問題もある。もっとわかりやすく言えば、お店のカラーかな？ お店のあるエリアの、とも言えるかもしれないけど……。そういう要素があって、良いお店、悪いお店という話になるけど、誰でもたくさんモノを売りたい、たくさんお客様に来てもらいたいと考える。ただ売上が落ちてくると、店の士気も下がるし、陳列の棚も荒れてくるんだよね。**上の人間は売れてないからお金をかけるな、スタッフもリストラしろとか言うから、悲惨な状況になってくる。**辞める人間も断腸の思いだけど、残る人間も残ったで、借金と貧乏をおんぶしていくことになる。すごく厳しいと思うよ。

―他人事には聞こえないのが、怖い部分だったりしますね……。

金：入れ替わりの激しい、ゲーム系の出版社なんかもそうだろうね。だからすごく大変だなと思うよ。ゲームはひとつのタイトルを売るにしても、それぞれの売り方があるし、ものの価値観は変わってくる。もちろん店側の見せ方も変わる。**モノっていうのはお客様が来なければ売れない。**これは絶対そうですよね。じゃあ、お客様はどうすれば来てくれるのか？ まず商品を仕入れて、それが店のカラーに当てはまるのであれば、どこよりも安値で、価格破壊で売ってみようとか、秋葉原のようなエリアなら、値段にプラスして特典物をつけよう、イベントを開こうと考える。これがお客様を呼ぶための手ですよね？ お客様に来てほしくないのであれば、一番高い値段にして、特典物もつけない。開店時間も遅くして、早くに閉めちゃえばいいんだから。だけどそれとは逆のことを皆が行う。お客様に来てほしいからね。でもこれが一番重要かと言えば、そうじゃない。どんなに安かろうが、どんなに良い特典物をつけようが、**選んだ店にモノがあるかが大事**なんだよ。お客様が選んで来てくれた、でも商品がなかった。なんだよないじゃん、ってことになるからね。お客様が店に来る、それも新作を買いにくる場合は、そこにモノがあれば買うし、なければ買わない。単純だけど、ここに集約されるんだよね。

せめぎ合いのエリアだからこそ ほかよりも多い釣り糸を

―では、ゲームのメッカとも言われる、秋葉原で「売る」ために必要なことは何ですか？

金：秋葉原は男性主体の街だよね。若干薄れている部分はあるんだろうけど、PCの部品から

はじまって、エロのポスターが至る所に貼ってある。**ある意味でセクハラ（笑）**。一般の方にとっては、変な意味で怖い街っていうイメージもある。だから今までのお客様を大事にしていくのはもちろんなんだけど、やっぱり**それだけでモノを売っていても限界があるん**だよね。だいたい欲しい人っていうのは決まっていて、100%欲しい人がいれば、絶対に要らないという人も同じくらいはいて、その中間に買っても買わなくてもいいよと悩んでいる人たちがいる。ちょっときっかけがあれば買ってもいいし、なければ買わないよという。そういう人たちにきっかけを提示する努力を払えば、売れるモノも出てくるし、買ってもらえる、選んでもらえる店にもなるわけですよ。じゃあお客様、買ってもいいきっかけって何ですか？　となって、値段が安ければ買いますよ、じゃあ安くしますでもいいし、値段は問題ないけど特典物が気になるということであれば、メーカー特典のほかにもこんな特典があります、とかいろんなきっかけがある。良くない表現かもしれないけど、**きっかけという釣り糸はたくさんぶら下がっていて、**その中にくわえてもらえる餌はあるか、っていう話になるんだよね。だから、釣り糸1本に餌も1つなら素通りされてしまうんだけど、いろんな餌があれば、**俺はこれとこれが嫌いだけど、これは好きだから食おう**って話になるわけじゃないですか。釣り糸って表現が適切かどうかはともかくとして、やっぱりきっかけだと思うんだよね。買うための場をしっかりと提供して、たくさんのきっかけとなるものを用意できれば、もっと買ってもらえるようになるのかな、と。あくまで私の持論ですけどね……。



イラスト：しろ

――でも、それが一番重要だと思います。結局、安さとか特典とかを考えて、条件のそろっている店を選んでしまいますから……。

金：そうだろうね。ただ、あまりにユーザー寄りになってしまうのも問題がある。最安値を追求するあまり、原価十１円とかになっちゃって、特典物もたくさんつけて、在庫をいっぱい抱えましたじゃ、結果として店は持たないんだよね。逆に値段は定価で特典物もつけないで、発売日当日しかありません、じゃあもちろんダメ。**ガイドラインが重要だよね。**これはタイトルごとに毎回変わるわけだから、地域や店ごとに、世の中は『みんなのGOLF4』と言っているけど、ウチは『ワイルドアームズ　アルターコード：F』を売ろう、でもいいわけじゃないですか。ただこれにも諸刃の面があって、あまりに**特化していっちゃうと、変なカラーリング、つまり店が食わず嫌いになる。**これはウチ向けじゃないとか、年齢層低めだからトイ○らスで売ってよ、とかね。対象のお客様は来ているのに、お店のエゴみたいなものを持つことによって、結局売る機会を逸してしまう。買うか買わないかを決めるのはお店じゃなくて、お客様なのにね。お店が売りたいモノを持つのは良いことだけど、それしか置かないんじゃあ、限られたお客様しか来てくれない。ひとつひとつ、しっかりとガイドラインを決めていくことが、やっぱり必要だと思うよ。

（12月某日都内にて）

緊急告知！

本当にゲーム業界人を募集します。一緒に語らせろ、という熱い魂を持った方をお待ちしております。

連絡先は、g-hihyo@microgroup.co.jp
または、03-3551-9563「ゲーム批評」
担当：遠藤まで

大好評連載!!

悪趣味ゲーム紀行

第五十一便

がっぷ獅子丸

『スペースフィッシャーメン』

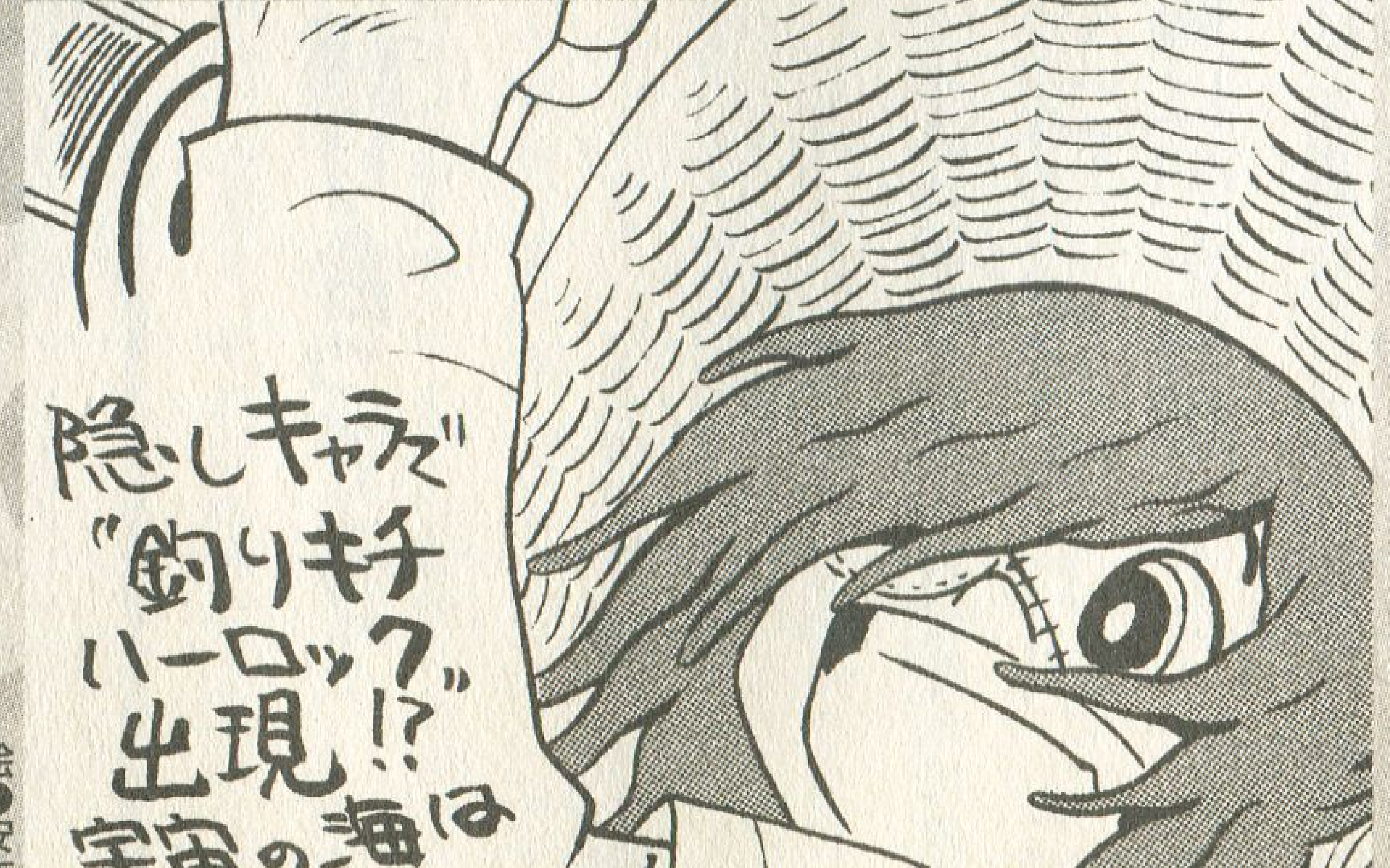
ジ スペースフィッシングアクションアドベンチャー
メ SCE
機 PS2
¥5,800円
発 02年10月24日

2003年の冬にしてゲーム業界的に激震が走ったのが、**デジキューブ倒産**のお知らせ。大ヤケド負った会社も極めてお気の毒ですけど、一番の大迷惑はSCE様なので、ン十万個のメモリーカードとン千台の本体の在庫飲まれっぱなしになっちゃったらどうなるンでしょ？　しかし、日本全国で約一万店舗あったコンビニ流通というのがごっそり無くなっちゃう訳ですから、ゲーム業界的にも極めて深刻な問題です。中でもパチンコ、パチスロ系ソフトの販売シェアはコンビニ売りの割合が非常に高かったゆえ、どこかがこのまま業務を引き継いでくれることを切に願います。しかし、コンビニ側としては**返品制が前提**であり、こちらとしては返品だけは勘弁して欲しい平行線状態ですから、680円の商品を賞味期限2日のオニギリと同じ次元で話されちゃかないませんわな。そういや今思い出しましたが某大手コンビニの幹部は自衛隊OBの天下り先になってますな。やっぱ有事の際にはオニギリを運ぶンでしょうか？　全然関係ないですけど。さてと今回ご紹介するのは、この正月太りで運動不足とお嘆きの方も多いかと思われますけど、血迷ってマニアックな高級自転車でも買った日にゃ、頑張りすぎて椎間板ヘルニアになるのがオチですし、せいぜいゲームでいい汗掻いた気になるというのがイマドキなヤングアダルトの過ごし方ではないでしょーか？　オジサマ向けの情報誌では渓流釣りの記事なんか面白そうに載ってますけど、釣りというのは興味があっても、スタンドアローンでいきなりというよりは、近所に達人がいてなんとなく誘われる処から始めるモンでナカナカ気軽に入っていけない雰囲気ありますよね。そんなハンパモノなあなたにオススメするのが**『スペースフィッシャーメン』**です。こういう山っ気まるだしの企画は**やっぱりSCE**で、熊に歌わせたりお習字で温めのアクションやらせたりと攻めの姿勢、というか「**意味は無いが意義はある！**」と言わんばかりの企画ばっかし量産しておりまして、タイトルが全てを物語っているように要は「**宇宙で釣りすんねん**」という極めてラフなシチュエーション。舞台はソラ宇宙ですから、釣り場も尋常ではなく、不気味な樹木とか宇宙のごみ捨て惑星などの色んな惑星でして、大きい小さいとかいうよりは超ハイスピードで逃げ回る怪速魚や魚型ロボットとか、どう見ても**只のアキカン**など全140種以上のヤバイ見た目の宇宙魚たちを釣り上げてゆき、遥か彼方の宇宙で暴れだした**幻のヌシ**を追い求めてゆくというゲームです。プレイヤーキャラはコンタック600みたいな宇宙小学生マサボー、謎の女宇宙魚ハ



超巨大宇宙魚「ヌシ」。宇宙という海の主という意味なのだろうが、名前が安直すぎる

ンターのスワロー、ふんどし一丁のダイバーの3人から選び、釣竿一本で巨大魚釣りという、ゲームシステムというか企画の根底から**山っ気まるだし**のテーマになっております。ゲームはまず釣り協会から話を聞き、情報を収集しながら釣り場（惑星）に赴いて竿を垂らす訳ですが、じわーっと釣堀的なマッタリ感がして、これはこれで良いンですけど、さすが宇宙の釣りだけあって、お腹一杯なユーザーフレンドリー具合。池にカーソルで狙いを定めてルアーをキャストするとレーダー画面となり、獲物が白い点で現れ、ここで左スティックをガコガコやって誘いをかけると獲物が寄ってきてヒット！　ここでアナログスティックの左右をリールとロッドで大胆かつ繊細にグリグリと動かし、宇宙魚との熱いファイトになるンですが、活きの良い獲物には、ロッドを動かしているときついアタックがかけられたり電撃で弱らせたり、中盤になると**ミサイルを撃って反撃してくる魚**もいるのでバリアを張って対抗しなければいけません。ちなみにアナコンを両方使わせるのは、なかなかどうして昨今の釣りゲーでもやってなかった画期的操作系だと思うンですけど僕が釣りゲーに詳しくないだけ？　ンで遂に釣れた獲物は、やっぱ宇宙だけあって、原色バリバリでもはや魚とは言えない形状の**ヤバイ生き物ばかり**ですが、釣った魚はルアーとなりまして、その宇宙魚が好物の魚がいて、獲物を餌にして更に大きい獲物を狙っていくのは、**カンパチ漁**っぽい雰囲気で、果ては宇宙を揺るがす大騒動に発展してゆき、それを**釣りで何とかしてゆく**という、馬鹿っぽくもエキサイトする部分がありますので、ライトユーザー様も遊ぶとジンワリと嵌まる気がするのに、実に勿体無い。しかしそもそも釣りゲーというものは、ゲームから釣りの世界に入る人はまずおらず、既に釣り師の魂がないと遊べないモンですが、制作会社はやっぱり『**ペンペントライアスロン**』**と同じ会社**様で、これもまた全体的に漂う60年代海外アニメにＬＳＤを混ぜたような感性に、向井千秋が「**天女様になったようです**」と言い放ったのを目の当たりにした90年代の小僧っ子に押し付けてもなかなか共感を覚える筈も無く、得体の知れない格好をした宇宙釣り師がサーフボードに乗って、気が狂ったような配色をした１００メートル超の宇宙魚を釣り上げるというのは、やはり『ＦＩＳＨ　ＥＹＥＳ』とか『ウキウキ釣り天国～川物語～』なんかを志向するトラディショナルなフィッシングマニアには**許しがたいシチュエーション**だと思いますので、販売は天下の**ソニー・コンピュータエンタテインメント**様というのがマイナスイメージに出ていて、良く言えばうわっぺらの一般層向け、悪く言えばチャライ、もっと悪く言えば**小粒な馬鹿ゲー**という悪印象がパッケージから滲み出てしまうという、世の中難しいトコロです。



絵●安本豪"Ieye"

組織あっての人ではなく、人あっての組織ということを再認識すべき時なのです!

名越武芸帖

なごしぶげいちょう

其の二十六

語り合ってる?

Text by 名越稔洋

明けましておめでとうございます。今年もよろしくお願いします。2月売りの号に変な感じかもしれませんが、前号で挨拶し忘れたので。

昨年末、デジキューブが倒産してしまいました。流通の喪失は業界的にも印象が悪く、一時的ですがゲーム株が軒並み落っこちました。結局、時代が変わった象徴のような出来事です。当初この会社ができた頃、国内のゲームの売上げは今ほど悪くもなく、むしろ24時間ゲーム販売ができることに売り手も買い手も喜んでいました。が、時が経ち、気がつくとネットでゲームが買えるようになり、コンビニと比べれば値下げ幅も圧倒的に大きい既存のゲームショップも存在し、中古屋さんもたくさん出現した現在ではコンビニ流通の需要は低くなりました。またコンビニでゲームを購入するユーザーの昨今の売れ筋もパチスロのソフトなんかが多い様子は、かつてのユーザーがコンビニ販売から離れたことを物語っており、結果、ゲーム業界不景気の締め括りのような出来事となりました。やはり寂しいですね。色々考えてしまいます。そんな流通の出来事の裏側で、制作の現場はどうなのか? 今回は制作現場の現状に触れてみます。ではセガを簡単な例に取りつつ全体的なお話をしましょう。

去年のセガ再編は何を目標としていたか

セガは03年にスタジオ再編を実施しました。ご存知の方も多いと思いますがちょっとだけ説明すると、セガは数年前から分社制を施行しています。当時、本社にあった10コの研究開発「部」だった単位をそのまま会社として独立させ、10コのスタジオとしたのがスタートでした。

しかしそこからは皆大変。慣れない社長業をトップクリエイター達が何とかこなす奮闘の日々。見慣れない数字に触れ、制作と経営の狭間で色んな経験をしました。そして2年以上の歳月が経ち、幾つか具体的なメリットとデメリットを皆が理解しました。まずメリットとして〝数字の感覚が身に付いた〟〝会社業務の流れをくまなく理解できた〟〝マーケットに関する知識を増やす機会が増えた〟ということ。デメリットは直接的なもの

ではありませんが〝予算への意識が強くなったのはいいが、PL（1年度内の収支）を2種類（セガ&スタジオ単体）意識するのが大変〟そして〝クリエイティブとビジネスの両面を全てのクリエイターがバランスよくこなせるとは限らず、むしろ苦手なものを意識させることはマイナスも大きい場合もある〟ということでした。そして「分社制度を見直すべきではないか？」等の意見を含め、喧々囂々様々な議論がありました。例えばもし分社制度をやめて本体に吸収すればデメリットとされる部分は解消されるかもしれません。が、デメリットと背中合わせのメリットの部分も同時に失う可能性があります。それは果たしてどうなのか、振り出しに戻るだけでは……？　とか。非常にデリケートな問題ですからね。それはそれは沢山の議論がありました。しかし最終的に、まず本当に分社制自体が問題なのか？　ではなく、それ以上に解決すべきことがあるのでないか？　と言う疑問にたどり着きました。そこで再編（分社同士の統廃合）となった訳です。狙いは色々ありましたが、ひとつにはこれから求められるコンテンツ作りに対して様々なコンセプトを決め、それに見合った組織を作りなおすことでした。もちろん結果はこれからですけどね。ちなみに分社制の是非については、今現在もセガは分社制ですからね。そのメリットを大きく感じているので継続しています。ただ現時点でこれだけは言えます。分社制でもカンパニー制でも単体統一型でも、全てにメリットとデメリットがあると思いますし、言い換えればどの制度でも成功と失敗の確率を大いに含みます。なので会社が「このやり方で行こう！」と決めたなら、それでO.K.です。ただ最終的にどのやり方をとるのか？　を会社が判断をする時、必ず何らかの判断基準があるはずです。その決め手は何かというと、まずその会社の気質や風土、文化に因るところが大きいです。さらに加えるならトップの考え方。でもいかなるケースであっても、定めた制度に対してそのデメリットをどうカバーするのかを具体的に施策できないとダメです。それが一番のキーですよ。ちなみにここ数年ではセガ以外でもカプコンさんやナムコさんも組織改編はされたようですが、そこら辺はきっと苦労されてるんだろうなぁ。でもこうやって文章にすると結構簡単ですが、組織の再編は実際には本当に大変な作業です。そして失敗すればとんでもないリスクにもつながります。

でもリスクを背負ってまで行う裏側には、メーカー各社が来るべき時代への臨戦態勢を整えることに真剣になってきたということです。

で、ここまでが去年までの大きな仕事でした。

新たな世代間の「コミュニケーション」を

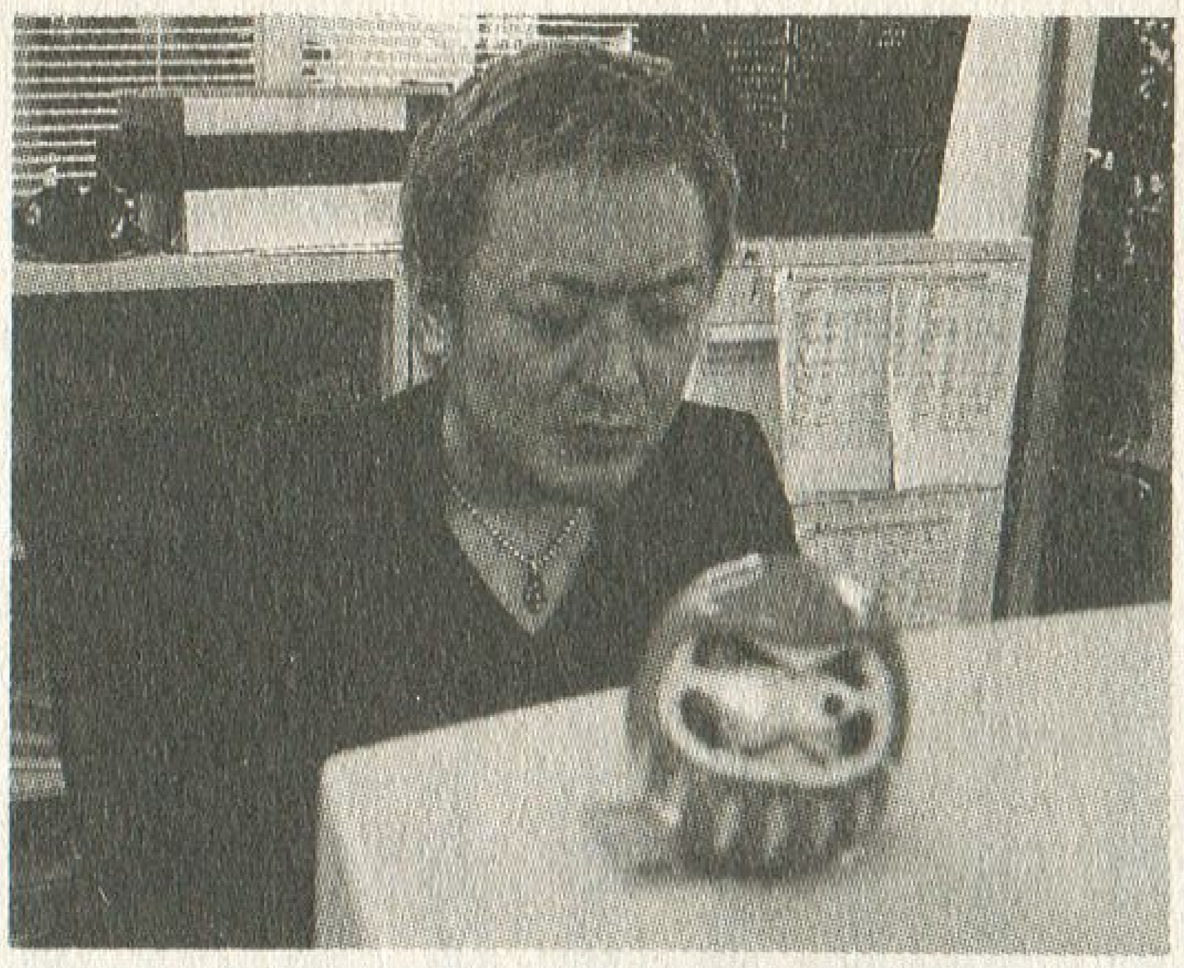
でも組織さえ変えていけば作品がドンドン良くなるのでしょうか？　やはり中身が変わらないと。つまり人の意識が変わらないと意味がない。

そしてここから先がこれからの仕事です。

そのために何をすべきでしょうか？　いわゆる社員教育？　マニュアル作り？　もちろんそういう事も大切かもしれませんが、一番大切なのは「もっとマーケットに調和させるために、まず組織内の調和を目指すこと」と考えます。当たり前すぎます？　昔はゲームメーカーに勤めた以上は、まずゲームを知ることが全てであり、それが最初から最後まで最も必要なスキルとされていた気がします。クリエイターはゲームを考え、ゲームで世の中を振り向かせることに必死だった時代はそれで良かったのか

もしれません。しかし我々の職種は徐々に時代を反映する嗜好性の賜物と変わり、また近年のユーザーの動向から将来を考えれば、ゲームのためにゲームを考えること以上に世の中に対するゲームの役割そのものを理解出来るかどうか？　が、クリエイターにとって重要になってきています。しかしそこを理解させるためには、ゲーム以外のことを感じ取れる感性をスタッフに養わせなくてはなりません。それには結局「コミュニケーション」が重要です。ではそれは誰と誰とのコミュニケーションなのか？
それは「キャリア組」と「若手」とのコミュニケーションですよ。

現状、おおよその会社ではキャリア組の仕事のイメージは「技術」と「マーケティング」を教えることだと思います。でも、ただ「教える」という仕事で良いのでしょうか？　俺はキャリア組の仕事とは、決して技術やマーケットのデータを教えることだけではないと思います。そこには仕事の社会的意義や、エンターテイメントを生業にする上での哲学に触れさせることになると思いますし、例えばマーケティングデータ一つとっても、若い人とお互いにそのデータをどう感じ、どう分析し、何を結論とするのか？　を語り合うものだと思います。そこで初めてお互いの目線も理解できて、考えていることや伝えたいことを整理できて、最も良い伝え方を工夫する様になるからです。

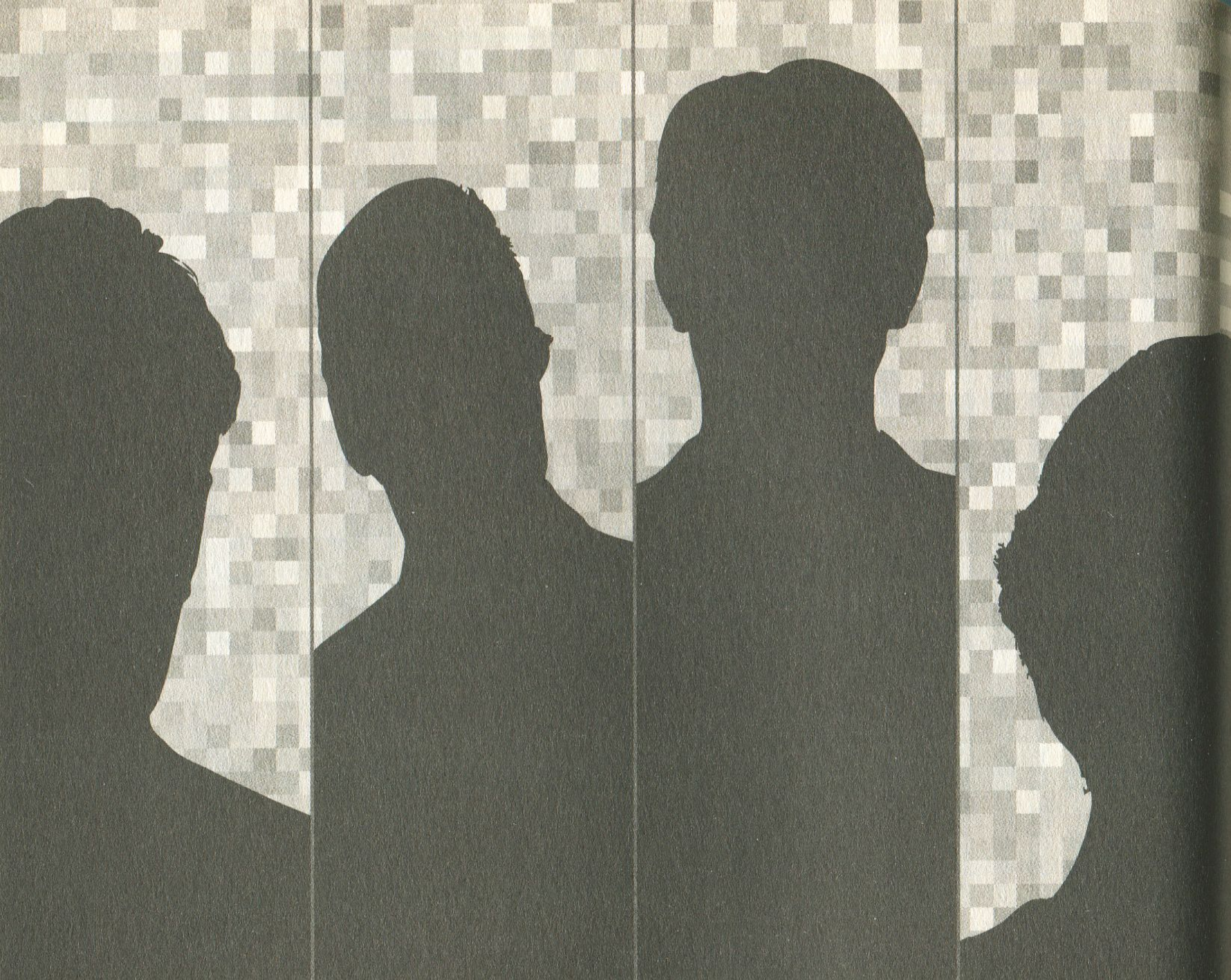

だるまに願かけてます。今年の終わり頃にはもう片方の目に立派な黒目が入ると共にお送りします。

　きっとそのプロセスからキャリア組が「教わる」ことも沢山あるはずですし、本来の理想である若い発想をキャリアで育てることへの第一歩につながるのだと思います。でもゲームメーカーには、この部分が一番足りない気がします。気のせいかなぁ？　でも色んな会社の人の話を聞くと、制作において世代間の調和が取れていない気がしてならない。

　相変わらず業界全体的に「上」が考えたモノを「下」が作る的なイメージが続いている状況というか……。

　で、今回一番言いたいことです。俺は「組織がダメだから」という言い訳は大嫌いです。でも作品の内容には、組織とその管理に起因する部分が確かに存在します。本来、組織の在り方とその中でのコミュニケーションの方法論は一つではなく、時代とともに大きく変化して然るべきだと思いますが、俺はその当たり前の部分を業界は今まで以上の勇気をもって見直すべきだと考えています。

　ゲーム産業はまだ発展途上です。そして技術と流行が変わり続ける限り、ある意味で永遠に発展途上の状態だと思います。そして変化のスピードはどの業種よりも速い。我々の業界はそういう宿命を持っています。だとすれば、その環境も同じくダイナミックに変化できるフレキシビリティーと勇気が必要なはずです。業界の宿命に応えるためにも。それに対応できて初めて、世間を肌で感じ、自分はどうすべきかを考え、信じた道に勇気を出して進みたいと願う「パイオニア」を育み、商品に具現化できる組織が誕生すると信じています。世代間の「コミュニケーション」を大切にして、パイオニア精神を保ちながら中身はしっかりした物を作って、市場を盛り上げて貢献する。それを大手に所属しながら証明することが俺の今後のテーマです。がんばります。ではまた。



クリエイター再編

第2特集

ゲームクリエイターと聞いて誰の顔が思い浮かぶだろうか。宮本茂氏？　遠藤雅伸氏？　坂口博信氏？　鈴木裕氏？　飯野賢治氏？　それこそ、たくさんの人物が浮かんでくることとは思う。だが、「今」のクリエイターは？　と聞かれたとき、すぐに思い浮かぶ方がどれだけいるだろうか。もちろん上記のクリエイターには、今でもゲーム業界で第一線を担う方も含まれるものの、制作というよりは管理に回っている例がほとんどである。ゲーム制作の規模の肥大化、パブリッシャーとディベロッパーの草分け、そして思うように作業をさせてくれない開発現場からの離脱・独立……さまざまな問題を抱えるゲームクリエイターたちの「今」はどうなっているのだろうか？

名物クリエイターが生まれないのはなぜか？

text by ゲイムマン

有名なクリエイターといえば、ファミコン時代かそれ以前から活躍している人ばかり。若いクリエイターの知名度が上がらない理由は、制作現場が大きく変化したからである。

『ポケモン』は田尻氏の少年時代の原風景

「『ポケモン』は、僕が子どもの頃に虫が好きだったという体験がベースになっている」

　これは「ゲーム批評Ｖｏｌ・12」に載っていた、田尻智氏の言葉である。『ポケットモンスター』というゲームには、田尻氏の少年時代の体験が、多分に影響を与えているようだ。

　田尻氏の出身地、東京都町田市郊外の丘の上に、よく目立つ白い建物がある。三菱化学の研究所だが、オーキド博士の研究所に、よく似たイメージの外観である。

　近くには小川が流れている。今は護岸のためコンクリートで固められているが、図書館で見た資料によると、昭和40年代には川辺が草原になっていて、野鳥の姿もよく見かけられたという。まさに『ポケモン』の世界そのものである。

　田尻氏の作品はどれも個性的だ。床に並んだパネルをめくり、敵を壁まで吹っ飛ばして倒す『クインティ』。スライムを主人公にして、伸びる、つぶれる、張りつくなど、スライムならではのアクションを取り入れた『ジェリーボーイ』。敵や物に顔を描いて味方にする、『まじかるタルるートくん』。

　惜しむらくは、どのゲームにもコンティニュー機能がなかったこと。一度電源を切ったら、また最初からやり直しとなってしまう。このあたりのゲームを、セーブ機能付きで今リメイクしたら、結構人気になりそうな気がする。

　ともかく、こうしたアイディアあふれる田尻氏のゲーム作りの姿勢が、少年時代の原風景と結びついたことで、『ポケモン』という大ヒット作が誕生したと言えよう。『ポケモン』はRPGだから、必然的にセーブ機能はついてるし。

クリエイターの個性がゲームを作る

　このようにゲームの魅力は、クリエイターの個性によって作り出される面が大きい。

　個性的なクリエイターは、ほかにもいっぱいいた。たとえば宮本茂氏。『スーパーマリオ』シリーズや『ゼルダ』シリーズの生みの親であり、過度にストーリーやリアリティを求めず、ゲーム本来の面白さを追求している。

　たとえば堀井雄二氏。『ドラゴンクエスト』シリーズは、独特のセリフ回しと優しいシステム作りで、マニアックなイメージのあったRPGをファミコンに定着させた。

　たとえば坂口博信氏。『ファイナルファンタジー』シリーズで、常に前作と異なるゲームシステムを採用するなど、チャレンジ精神旺盛。フルCGの映画作りにまでチャレンジしたほどだ。

独立クリエイターに望むこと　保守的にならずに新しいことにチャレンジして欲しい。PS2一強状態を変えていく力になって欲しい。（茨城県　鯨夢研究部）

たとえば薗部博之氏。『ダービースタリオン』『ベストプレープロ野球』と、グラフィックじゃない部分でリアリティを感じさせる、シミュレーションゲーム作りの職人。高額納税者番付の常連としても知られる。

たとえば鈴木裕氏。徹底したリアル志向のクリエイターで、人間の動きをリアルに再現しようとすれば『バーチャファイター』になり、街の様子をリアルに再現しようとすれば『シェンムー』になる。

たとえばシブサワ・コウ氏。古代から受け継がれた兵法にのっとり、戦闘のみならず領国の経営まで視野に入れたシミュレーションゲームは、ビジネスマンの研修にも役立てられたという。

たとえばさくまあきら氏。明るく楽しいゲーム作りを心がける。趣味の国内旅行で得た知識が『桃太郎電鉄』の中にも活かされている。

昔のゲームでは特に、作者の個性やこだわりが、ゲーム内容に色濃く表れていて、それがゲームそのものの魅力になっていた。

異業種から来たクリエイターは、専門分野でのこだわりを活かして、ゲームを作るのが特徴だ。糸井重里氏は文章、広井王子氏は映像、松浦雅也氏は音楽。

そのこだわりが、ゲームのシステムとうまく溶け合ったとき、名作が生まれるのだろう（そこでうまくいかなかった作品も数多いが）。

ゲームライター出身の堀井氏や田尻氏は、ゲームのことを知り尽くしたうえで、ゲーム業界に不足しているものを見極め、独自の視点からゲーム作りを行っている。

もっとも、有名なゲームライターがゲームを作って失敗した例もあるので、一概に「ゲームライターは良いゲームを作る」とも言えないのだが。

昔のクリエイターが今になって有名に

昔のビッグタイトルを作った人物が、最近になって名前が明かされ、クローズアップされるようになった例がある。『スペースインベーダー』の西角友宏氏や、『パックマン』の岩谷徹氏だ。

実は昔のゲームでは、有名作品でも作者の名前が公にされることは少なかった。ヒット作が作者名とセットで語られるようになったのは、『ゼビウス』の遠藤雅伸氏あたりからと言われている。

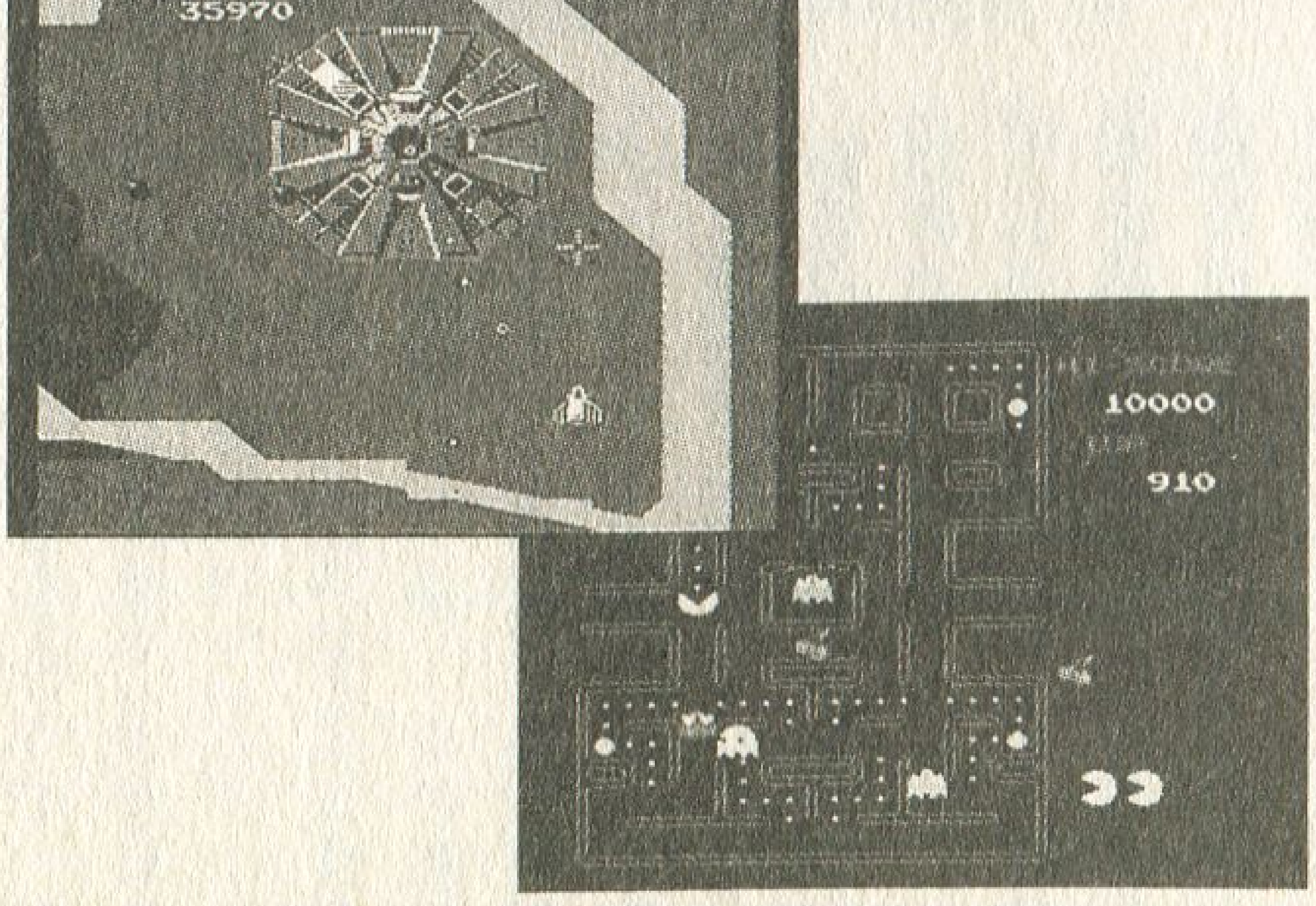
作者名が公表されなかった理由は二つあって、ひとつはゲームがまだ「著作物」であるという認識が薄かったこと。西角氏も岩谷氏も大学の工学部出身ということが象徴するように、初期のTVゲームはどちらかというと、〝工業製品〟としてとらえられることが多かった。

『インベーダー』以降のゲームを工業製品というのは違和感があるが、『ポン』や『ブレイクアウト』（ブロック崩し）の画面を見ると、さもありなんという感じがする。パドルもブロックもただの四角で、キャラクターと呼べるものがないからだ。だからいろんなメーカーが、『ポン』や『ブレイクアウト』に似た商品を作って売り出した。

もうひとつの理由は、メーカーが他社による引き抜きを恐れて、作者の名前をあえて公表しなかったことだ。

それでも結局引き抜かれる人は引き抜かれるし、引き抜かれなくてもクリエイターが自ら独立するケースも多い。したがって最近ではむしろ積極的に作者名を公表して、メーカーの売りにしようという流れになってきた。

西角氏は、あれだけのお化けゲームを作っていながら、その名前が知られるようになったのはここ二、三年である。



左上が『ゼビウス』。右下が『パックマン』。近年では往年の名作が次々と復活しており、昨年は『パックマン』もおまけタイトルとはいえ、『パックマンVS』として新たな境地が拓かれた。

独立クリエイターに望むこと　自分だけしかない独特な作品をみせてください。（韓国　ガブクガブク）

クリエイターの名前が売上につながらない？

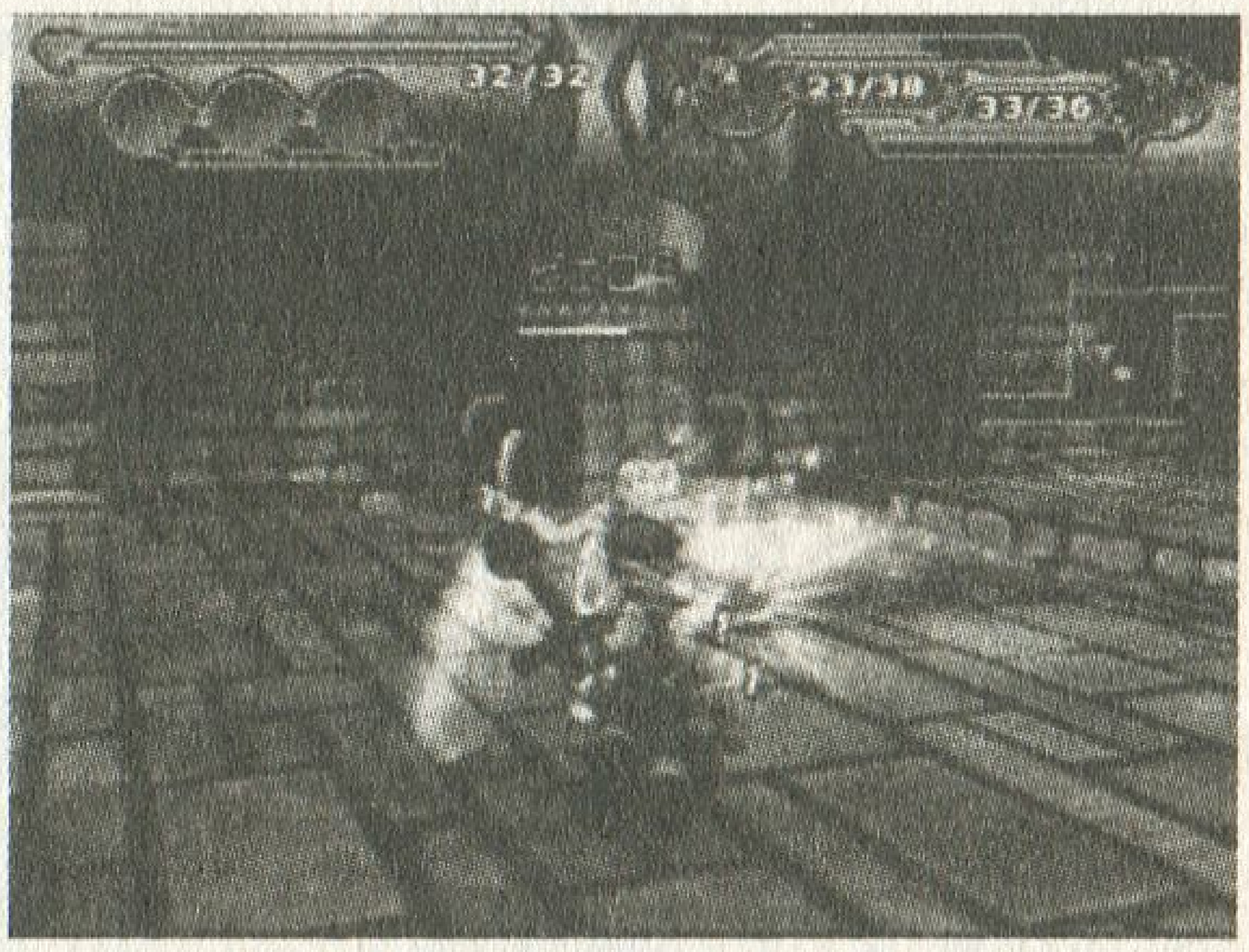
有名なクリエイターが作ったからといって、それが必ずしも売上に直結しているとは限らない。

理由のひとつは、最近のゲームではクリエイターがどれだけそのゲームにかかわっているかがわかりにくくなっていることだろう。これについては後述する。

また、有名なクリエイターが、イコール面白いゲームを作るクリエイターとは限らないという面もある。こだわりを持って作るあまり、キャッチーでないゲームを作ってしまうこともあり得る。独創的であるが故に、当たり外れが大きいのだ。

もうひとつ言えるのは、〝有名クリエイター〟といっても、ゲームファン以外の、世間一般の人々に、あまり名前が知られていないということである。

映画の場合、宮崎駿氏や故・黒澤明氏、故・深作欣二氏など、トップクラスの監督なら、誰でも名前くらいは知っている。彼らに比べたら、ゲームクリエイターの知名度は、やや低すぎるように思う。



ここ1、2年で台頭したのは『ダーク』シリーズで有名な日野晃博氏だろうか。『DQⅧ』は斬新な変化で注目を集めそうだが……。

クリエイターの色が出にくい時代

それから、ゲームを販売する会社と、開発する会社が別であることが多いのも、作り手を目立たなくさせる要因のひとつと考えられる。これは今に始まったことではないが、ゲームも巨大化し、メーカーも合併などで巨大化してきた昨今、増えてきているように思う。

メーカーとして表に出てくるのは販売会社のほうで、実際に作った会社は、トレジャーなど一部を除けば、社名すらあまり知られていない。

そのため、シリーズもので、途中から開発会社が変わっても、外からはわかりにくい。単に「ゲーム内容が大きく変わった新作」と認識されてしまうのだ。

こうして見ると、ちょっと年季の入ったゲームファンなら誰でもよく知っていて、その作品の特徴を端的に説明できるクリエイターは、古くから活躍する人々ばかり。

最近のヒット作を手がけている若いクリエイターは、名前を出されても、どんなゲームを作る人なのか、すぐには思い出せないことが多い気がする。

一時期のプロレス界に似た状態ではないだろうか。三沢、小橋、武藤、橋本、蝶野がどんなにメインで活躍しても、すでに一線を退いた馬場、猪木、鶴田、天龍、藤波、長州より有名になれない。

プロレス中継がゴールデンタイムから深夜に移ったためにこうなったのだが、ゲーム界にも、若いクリエイターがなかなか有名になれない原因がある。

昔と今のゲーム作りで、何が一番違うかというと、かかわる人数の多寡である。

昔はそれこそ、1人（またはごく少人数）で、ゲームの基本システムから、キャラクターデザイン、ゲームバランスの調整、もちろんプログラミングも行っていた。だから作者の個性が強く出やすかったのだ。

しかし現在では、大人数のチームを組んでゲームを作ることが当たり前になっている。何十人もの人が、一年以上もかけて一本のゲームソフトを作る。そのため億単位の費用がかかってしまい、業界で今、大きな問題となっている。

先頃、東京都写真美術館で行われた『レベルX』のトークイベントで、宮本茂氏が「ゲーム作りが分業化されると、ゲームデザイナーの個性が消えていく」と発言していた。

あるRPGなど、場面ごとに違う人がシナリオを書いたせいで、登場人物の性格が場面ごとに違っていた。クリエイターの色が出てきにくい状況なのだ。

独立クリエイターに望むこと フリーになっても頑張っていただきたいが、なってしまうとどうしても以前より小粒なゲームをリリースしてくるようになる。（岡山県　うどん）

昔のクリエイターのほうが有名な理由はまだまだあって、たとえばシリーズもので、途中からクリエイターが変わった場合、前任者の名前がどうしても有名になるのは仕方がないと言える（『ファイナルファンタジー』はいまだに坂口博信氏がメインで作っていると思っている人も多い）。

　メインで携わってなくても、スタッフロールに「チーフプロデューサー」などの肩書きで、かつてのクリエイターの名前が出てくることで、余計に誰が作ったのかわかりにくくなっている。

　実際のところ、そのような、過去に実績を残したクリエイターには、会社の中で出世して管理職になり、現場の第一線からは退く人がかなりいる。そのため優秀な能力を持っていながら、新作をあまり作れないことが多い。業界にとって大きな損失である。

　岡本吉起氏や桜井政博氏など、それを嫌って会社から独立したクリエイターもいる。

　一方、シブサワ・コウ氏のように、管理職のほうを後進に譲って、現場に復帰した人もいる。ただしシブサワ氏は社長だったから、普通のクリエイターとは事情がやや異なるかもしれない。

飯野賢治氏を見習ってみよう

　積極的なPR活動によって名前を売ったクリエイターもいる。

　ゲームに詳しくない人でも、「ゲームクリエイター」といえばまず、この人の顔を思い浮かべるかもしれない。

　飯野賢治氏である。

　ゲーム専門誌に盛んに露出するのはもちろん、ＴＶＣＭにも自ら出演。そのインパクトある風ぼうも相まって、有名人となった。

　飯野氏が積極的にメディアに出ていたのには、そうせざるをえなかった事情もある。

　これまで名前を挙げた有名クリエイターが、50年代〜60年代生まれの人ばかりなのに対して、飯野氏は70年生まれ。ゲーム業界に入ったときには、すでに多くのクリエイターが活躍していて、〝上がつかえている〟状態だったのだ。

　そのため、それらの人々と対等に勝負しようと思ったら、これまでとは違う方法で自分を売り込むしかなかったのである。

　これからの若いクリエイターも、飯野氏のように、マスコミに積極的に売り込む必要があるのではなかろうか。名前だけで実態が伴わないのは困るが、そうでなければクリエイターの名前を徹底的にPRすることは、メリットが大きい。

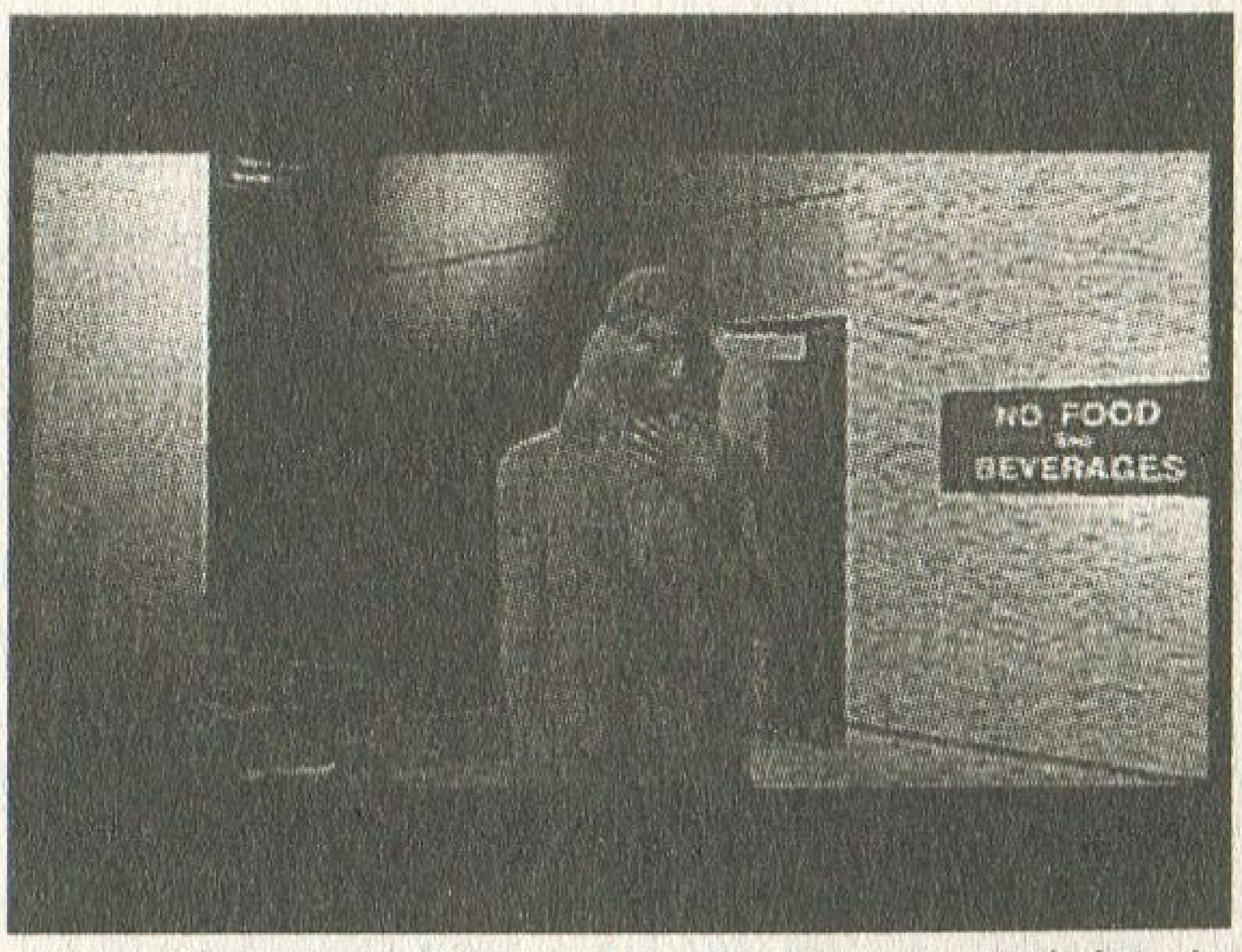
　先ほどプロレス界に例えたが、三沢選手や蝶野選手の世代が今有名なのは、やはりバラエティ番組などに積極的に出演したからだ。彼らよりいち早くそれをやって成功したのが大仁田厚氏である。プロレス界における大仁田氏のポジションは、ゲーム界における飯野氏のそれと重なる印象がある。飯野氏はいろんな事情があってゲーム業界から離れていったが、その手法自体は現在のゲーム界でも通用するだろう。

　クリエイター個人の人間性が、ゲーム作りにも影響を与えるし、ゲームを売り込むうえで魅力になる。

　「作家の名前より作品の内容で勝負する」と言えば聞こえはいいが、もう少し、作っている人間が表に出て、さまざまな場所で発言すれば、ゲームに対する偏見も少しは和らぐのではないかと、個人的には思っている。

　「週刊ファミ通」で連載されている、柴田亜美氏のマンガ「ドキばく」は、ゲームクリエイターの性格をデフォルメして、印象づけるのに成功している。

　やはり〝ハレ〟の世界で生きる人々だから、普通のサラリーマンとはちょっと違うキャラクターであってほしいと思う。



インタラクティブシネマというジャンルを確立した『Dの食卓』。思えば、飯野氏は映像のないゲームをリリースするなど冒険心溢れるクリエイターだった。

独立クリエイターに望むこと　ユーザーは自分達が思っているほどクリエイター個人を意識していないことに気付いて欲しい。（埼玉県　とおる-54）

その1

麻野一哉（フリー）

常に本質を見極め完成度にこだわるクリエイター

text by 藤原修二

ここでは開発現場の最前線で活躍し続けるクリエイターたちを紹介しよう。普通の雑誌ではなかなか読めない現場ならではの声を感じ取ってほしい。最初はチュンソフトから独立、フリーでゲーム開発を続ける麻野氏だ。

"Kazuya Asano" Profile
86年、チュンソフトに入社。『トルネコの大冒険』『弟切草』『かまいたちの夜』『街』といった同社を代表する作品のシナリオ・ディレクターを務める。02年10月、退社。現在はフリーのゲーム開発者として活躍中。

ディレクターとして多くのゲームにかかわる

編集部（以下、編）：麻野さん経歴を教えてください。

麻野（以下、麻）：チュンソフトができて3年目ぐらいに、募集を見て入ったんです。最初の仕事は『ドラクエ3』のデバッグですね。

編：プログラマーとして入られたのですか？

麻：いえ、ゲームデザイナーとしてです。おそらく、チュンソフトでデザイナーを新人でとったのは私が最初で最後だと思います。

その後は私自身も感じていたのですが、プログラムを勉強したほうがいいという中村社長の意向もあって、『4』ではプログラマーをやりました。次の『5』では堀井さんの事務所に出向して、制作にかかわりながらゲームデザインの勉強をしました。ただ、チュンソフトのほうでオリジナルを制作することになって、半年ほどで戻ります。そこで作ったのが『弟切草』ですね。役割はシナリオ、あと、ゲームデザインも入るでしょうか。ただ、シナリオはひとりでは書ききれなかったので途中から長坂さんが入って3分の2ほど手伝ってもらっています。あとは音関係の編集作業もかかわりました。

編：大きくかかわっていますね。

麻：当時は人もいませんでしたから。他のラインでもゲームをいっぱい作っていましたし。『弟切草』のあとは『トルネコの大冒険』ですね。シナリオやアイテムなどのネーミング、トルネコの家のマップなどを作りました。それから『かまいたちの夜』。『風来のシレン』はほんのちょっとだけかかわって、あとは『街』ですね。さすがに『街』は規模が大きすぎたので、私が『かまいたち』の時にやっていたディレクター的ポジションを5人おいて、私はそれを統括する仕事をしていました。その後は、いくつかの移植作にかかわって、最後に『かまいたちの夜2』の監修をした後退社しました。

編：言いにくいかと思いますが、辞められた理由というのは……？

麻：10年以上いましたからいろいろとあるのですが……、一番わかりやすいのは、社内でやれることと自分のやりたいことがズレてきた、ということでしょうか。やはりサラリーマンである以上、最終的なリスクは負いきれないし、組織の中で甘えているのもイヤでした。だから一度外に出て、自分を使ってみたいと思う人がいてくれるか試してみたかったんです。

不況は世代の問題が一番大きい

編：長くゲーム業界にかかわっている麻野さんから見て、今の業界の縮小傾向はどう思われますか。

麻：ある人が分析していた意見で、私が最も納得した意見があるんですが、世代の問題が一番大きいのではないかと思います。世代の問題を話す前提として知ってもらい

独立クリエイターに望むこと
独立した理由を作品で示してくれる事を望みます。なるほどこれは独立した立場でやらないと無理だね、というモノを。（北海道 くろねこジジ）

たいのが、子どもと老人は消費傾向が均一化する傾向がある、ということなんですね。20～50代の大人は趣味もバラバラで多様化するのですが、それ以外は金銭的・体力的・精神的な問題もあって選択肢の幅が狭いんです。その均一化している子どもの世代が一番分厚い時と、ゲームブームが一致しているんですね。FC～SFCがまさにそうで、PSもその下の世代がまだ多くいた。実はPSの影でGBもシェアを伸ばしているんです。PS2のハードは売れていますけど、ゲームがイマイチ売れていないのは、その辺りと関係があるのではないかと思います。もちろん、昔みたいな冒険作・野心作がなくなり二番煎じばかりになってしまったとか、ゲームを遊ぶ世代が携帯で遊ぶようになったとか、あとかなり遅れてきましたが、いよいよ不況がこの業界にきたとかいろいろあるとは思いますが。



情報を伝える仕組みも完成度を上げるのに必須。それは『トルネコ』の時も今の携帯でも同じとか

編：そういった厳しい時期にフリーになられて、どのようなお仕事をしているのでしょうか。

麻：今はゲームの感覚をビジネスに持ち込んだらどうなるのか、ということをやっています。もともとはゲームを作る予定だったのですが、こちらのほうが面白そうだなということになりまして……。もちろん、ゲーム業界から足を洗ったわけではないです。フリーですと次の次の仕事まで考えていないといけないので、いろいろとお話はあります。シナリオありきというか、ドラマ性の強いものが多いですね。あと携帯の仕事も、やっています。

編：携帯の仕事は多いのですか？

麻：そうですね。ただ、携帯って意外と保守的なんですね。予算も人手も少ない状況で、とりあえずペイしようという発想が大本にあるんです。たまにやる分にはいいんですけど、ずっとやるのはストレスたまりそうです。結局、携帯でもうかるのはキャリアなんですよ。こちらの収入が数百円なのに、キャリアには何千何万円と入るわけですから。昔、任天堂がカートリッジ代とかでお金を持っていく、なんて話がありましたけど、そこまでアコギではなかったですよ（笑）。そういう状況ですから、冒険したくてもできないんです。

編：麻野さんがゲーム制作上、大事にしていたことは何でしょうか。

麻：プロデューサーに中村さんがいたからこそだと思いますが、完成度の高いものを作りたいといつも考えていました。

編：その「完成度」をもう少し具体的に教えていただけますか。

麻：口で言うのは難しいですね……。細かいレベルで見ていけば、いくらでもあるんですよ。ただ、制作しているゲームの本質とは何なのか。本質というのはゲームを買う人が喜ぶところとも言えるんですが、それを無視してはいけないと思うんです。たとえば『弟切草』の本質はシナリオと音なんですが、その二つの中でもどちらを優先するかといえば音なんです。10のうち5つ削ることを要求されたら音に手をつけないといけませんが、1～2程度であればシナリオを削っていきましたね。それと、最近、演出としてムービーを多用する傾向にありますが、あまり長いムービーはテンポを崩したり、ユーザーに画面を見るだけの状態を強いることになります。そうなると本末転倒だと思います。昔は会社、今はフリーと立場は違いますけど、完成度を高める作業というのは、本質のみを残してできるだけ削っていく作業だと思うんですね。結局、人手・資源は限られていますからね。

完成度を高める作業は、本質のみを残してできるだけ削ること

独立クリエイターに望むこと　資金・時間の制約はあると思うが、独立したのなら１本くらい自分のやりたいことをやってみてほしい。（神奈川県　ターミネーター）

その2

STGにこだわり続けるクリエイター

丸山博幸（有限会社グレフ）

text by 原田勝彦

逆風吹き荒れる業務用STG市場での登場、さらに終わったはずのDCへの移植でコアなゲームファンに注目された『ボーダーダウン』。この勇敢とも無謀とも思える挑戦の真意を、有限会社グレフ代表の丸山氏に伺った。

“Hiroyuki Maruyama” Profile
有限会社グレフ（G.rev）代表。タイトーで『Gダライアス』などの開発に携わった後に独立。下請け仕事をこなしつつ、自社ブランドで『どきどきアイドルスターシーカー』を発売。『ボーダーダウン』でSTGファンの高評価を得る。

市場がなければ作ればいい

編集部（以下、編）：下世話かもしれませんが、独立した人たちがどのように資金を稼いでいるのか聞かせてもらえますか？

丸山氏（以下、丸）：会社設立に必要な資金は、仲間たちの貯金をかき集めて用意しました。自己資金じゃないとやりたいことができませんから。その後は小さな仕事を回転させ続けて運転資金を稼ぎました。ウチは他の会社と比べて、早くこなす技術というのが結構あると思うんですよ。3ヵ月で作るとなったら、最初から3ヵ月でできるように仕様を設計するさじ加減と、実際に早く作るためのソフトの技術力ですね。それが設立当初から活きました。

編：それは過去に業務用を手がけてきた経験によるものですか？

丸：業務用というよりも、タイトーにいたというのが大きいのかな。上司や先輩にレベルの高い人がいて、その人たちから学ばせてもらったことが一番活きてます。ゲームを作るゲーム屋としてのポリシーをたたき込まれましたから。それがないまま独立していたら、何もしないうちに終わっていた可能性もありましたね。独立系の会社ではよくあるパターンです。

編：仕事を回しつつ資金を稼ぎ、業務用『ボーダーダウン』の開発に入ったわけですね。

丸：そうですね。『どきどきアイドルスターシーカー』の家庭用が終わってようやく始まったんですが……ある時期にお金がなくなっちゃうんですよ（笑）。正確に言うと、02年12月にマスターアップする予定だったんですが、そのまま完成させてもゲームが面白くならないとわかった。でも発売延期するだけのお金がなかったんです。そこで携帯電話用ゲームの仕事を入れました。途中まで携帯の仕事と並行させて、終盤は『ボーダーダウン』に全力投球しました。

編：グレフ設立当初から、業務用STGを出す予定でしたか？

丸：それは間違いなくありました。もともとSTGを作りたいと思ってた面子が集まって、グレフの母体になったわけですから。業務用をやるなら、自分たちのノウハウを活かせるリアルタイムのSTG、ACG、パズルだろうと。

編：市場が縮小しているSTGで勝負するのは、無謀な挑戦のようにも思えたのですが。

丸：RPG市場が栄えているからといって参入したところで、実際に成功しているのは大手数社しかないでしょう。あとから入っていく人たちには、相当な覚悟がないと勝ち目はありません。だからとりあえず市場の規模は度外視して、自分たちの持っているノウハウを活かす方向に行きました。ACGの市場がないのに『メタルスラッグ』が出て、今では『5』まで続いているという例もあります。市場がなければ作ればいいんです。

独立クリエイターに望むこと
前評判で良し悪しを決め付けず画像や記事を手に取り判断したいのでクリエイターの方に望むことはないです。独立することによってクリエイターの方の力が思う存分発揮できるのならいいと思います。（埼玉県　上を向くグラタン）

編：過去のハードであるDCに移植することについては？

丸：DCで出すかどうかよりも、ベタ移植にするかリミックスモードをつけるかで悩みましたね。NAOMIから他のハードだとベタ移植だけで精いっぱいなんですが、DCならリミックスをつける余裕が出てくる。ゲーム屋としてはゲームの中身で悩みたいので、機種はDCと決めちゃいました。

STGから離れた人を引き戻したい

編：『ボーダーダウン』の売れ行きはどうでしょう？　とあるゲーム雑誌のランキングでは、初週3000本と出ていましたが。

丸：業務用は計画よりちょっと下回ったけど、DC版は黒字になるだけ売れました。具体的な本数は秘密です（笑）。でも3000本は少なすぎですね。セガダイレクトの分だけで数千本出てますから。売れる地域が偏っているせいか、全国で平均化されると数字に歪みが出るのかもしれません。

編：今のゲーム業界について思うところはありますか？

丸：開発の立場の人間としては、業界云々を語る前にちゃんとしたゲームを作れよと（笑）。それに尽きると思いますね。強いて言うなら、先ほどの話とも絡みますが、業界人だけじゃなくユーザーまでもがランキング至上主義に陥っているじゃないですか。CDでも映画でもそうですけど。売上の数字よりも、中身を見る時代になってほしいですね。ゲームの面白さで評価されるのは難しいことだと思いますが。

編：ではもっと話を狭めて、STG業界の現状については？

丸：業界というほど広くないんですが（笑）。STGそのものがリリースされない最悪の時期は脱したと思います。2000年頃はSTGが出なくて、ウチとしても早く出さなきゃと焦ってたんですよ。理想を言えば、今のSTGが好きな人はケイブさん、新規客やキャラに魅力を感じる人はアルファ・システムさん、そして昔はSTGが好きだったという人はウチというように、ユーザーに選択肢が用意されるとSTG業界としていいのかなという夢はあります。

編：『ボーダーダウン』は過去のSTGファンを意識していたと？

丸：その辺はありますね。『Gダライアス』以降にSTGから離れた人を引き戻したいと。そのために業務用『ボーダーダウン』発売前にプレサントラを出して、「今こんなものを作ってますよ」とできる限りの話題性を出したりしました。ある意味スキマ産業的というか、横シューであるということも含めてスキマ産業です（笑）。ただ狙ったとはいえ、ユーザーにある程度の知識があることを前提にしてしまったところもあります。難度のメリハリもつけすぎてしまったかもしれない。それも含めて次に活かしたいですね。

横シューであるということも含めてスキマ産業です

編：次作もSTGですか？

丸：他のジャンルをやらないとは言わないけど、STGは近いうちに作るつもりです。

編：グレフの今後の目標は？

丸：業務用STGでグレフというブランドを確立させたいですね。あとは社内目標みたいな話ですけど、ラインを増やしてコンスタントにゲームを出せる体制を作りたい。逆に言うと、それ以上会社を大きくしたくないですね。ベルトコンベアでゲームを作るのも嫌ですし。定期的に作品を出していい評価が得られたら、あとは結果がついてくるんじゃないかな……甘いかな？（笑）



ボーダーシステムに加えDC版ではリミックスモードが追加。攻略ルートの広がりは尋常ではない

独立クリエイターに望むこと　おもしろいものを作ってくれればそれでいいんですが。いちユーザーとしては。（大阪府　かどまじんDK）

その3

青柳龍太（グランプリ）

ゲーム性と現実性のバランスにこだわるクリエイター

text by 藤原修二

最後に紹介するのは寡作ながらボクシングをテーマにしたゲーム作りに定評がある有限会社グランプリの青柳氏。ゲーム性とボクシングらしさ、その絶妙のバランスはどのようにして生まれたのか。

"Ryuta Aoyagi" Profile

ニューに入社後、『ボクサーズロード』（ディレクター）、『ちっぽけラルフの大冒険』（グラフィック）にかかわる。『はじめの一歩』シリーズではディレクターを担当。現在は（有）グランプリ、代表取締役。

月給6万で作られた『ボクサーズロード』

編集部（以下、編）：青柳さんの経歴を教えていただけますか？

青柳（以下、青）：91年に立ち上げたばかりのニューにグラフィッカーとして入社しました。それまではゲームセンターの店員です（笑）。だからゲーム開発の経験はほとんどなくて。かなり軽い気持ちで入りましたね。会社も、友人・知人が集まって勢いだけで始めたような状況で、何しろ最年長が23歳（笑）。かなり社会ナメてますよね。でも、当時は珍しくはなかったんですよ。そこで最初に作ったのが『ちっぽけラルフの大冒険』（以下、『ラルフ』）です。

編：でもこのゲームは99年に、それもPSで出たゲームですよね？

青：最初はX68で作っていたんですよ。でも、お蔵入りになってしまって……。PSだとX68から移植しやすかったんですね。

編：95年の9月に『ボクサーズロード』（以下、『ボクロー』）が登場しますが、PSではかなり早い時期にですね。これはいつ頃から制作されていたのですか？

青：アイディアは『ラルフ』を作っている頃からありました。その頃はPSはなかったのでポリゴンではなくスプライトで考えていましたけど。ただ、作ろうとしていたX68の市場が縮小しつつあって。それでどうしようか、と悩んでいたときにPSの発表記事を見たんです。これの開発環境が自分たちにとっては夢のようなものだったんですね。任天堂さんのハードだと開発機材で数千万かかったのが、数百万程度で済んだんですよ。

編：ボクシングが好きなのですか。

青：もちろん好きですけど、人並み程度です。精通している人ほどの知識や思い入れはないですね。ただ、当時もボクシングゲームは、ゲームとしてよくできていますけど、ボクシングそのものの味が薄かったんですね。もう少しボクシングらしいゲームを考えてみたんです。

編：開発期間は？

青：1年半ぐらいかかっていますけど、5人全員で制作していた期間は半年ぐらいです。みんな出向にいっていましたので……お金を稼ぐために（笑）。何しろ、『ボクロー』を作っている間は私、月給6万円でしたから（笑）。

編：『ボクロー』のあと、『ラルフ』までかなり期間があきますが、何をされていたのですか。

青：ゲームセンターの店員をやっていました（笑）。もちろん、ほかに選択肢もありましたし、『ボクロー』の2を作るという道もあったと思うんですけど、自分たちにとって2というのが、あまりいいイメージがなくて……。大きく変更できるだけのネタもなかったし、ゲームデザイン上、これ以上加えるとなると最初から作り直しになってしまう、という問題もありました。自分たちにとって満足

独立クリエイターに望むこと　独立するからには目新しいゲームを作ってほしい。（岡山県　RYO）

のいくものが作れないならやめよう、ということになったんです。

編：では、『はじめの一歩』（以下、『一歩』）を作るきっかけは？

青：ウチの社長が「一歩のゲームを作りたい」とＥＳＰさんに提案したんです。もともと『ボクロー』を作っているときも「一歩」をイメージしていましたから。しかもうれしいことに原作者の森川先生が『ボクロー』のファンだったんですね。

ただ、『ボクロー』を作っていた頃に比べ、「一歩」のスケールが大きくなっていたので制作はかなり緊張しました。「一歩」という漫画は、もちろん漫画らしい演出は入っていますけど、かなり本物のボクシングに近いんですね。ですから、『ボクロー』で作ったときの本物らしさに加えて、漫画的な動きも入れて、そのバランスには気を使いながら制作しました。

編：『一歩』は6万本からスタートして、現在では廉価版も含めて70万本というロングランヒットになるわけですが、『一歩2』の開発はいつ頃からでしょう？

青：廉価版が出た後の02年7月ぐらいからです。実は最初の企画では『ボクロー2 一歩』というタイトルだったんです（笑）。ただ、開発期間が長くなりそうなので、アクション部分だけに絞って出すことになって。それで『一歩2』ではいよいよ『ボクロー』的要素を加えたゲーム内容にしました。時間がかかりましたけど、『一歩』の2としても、『ボクロー』の2としても満足のいくものができたと思います。

ゲーム性と肉付けのバランス

編：青柳さんが制作のうえで大事にしていることは何でしょうか。

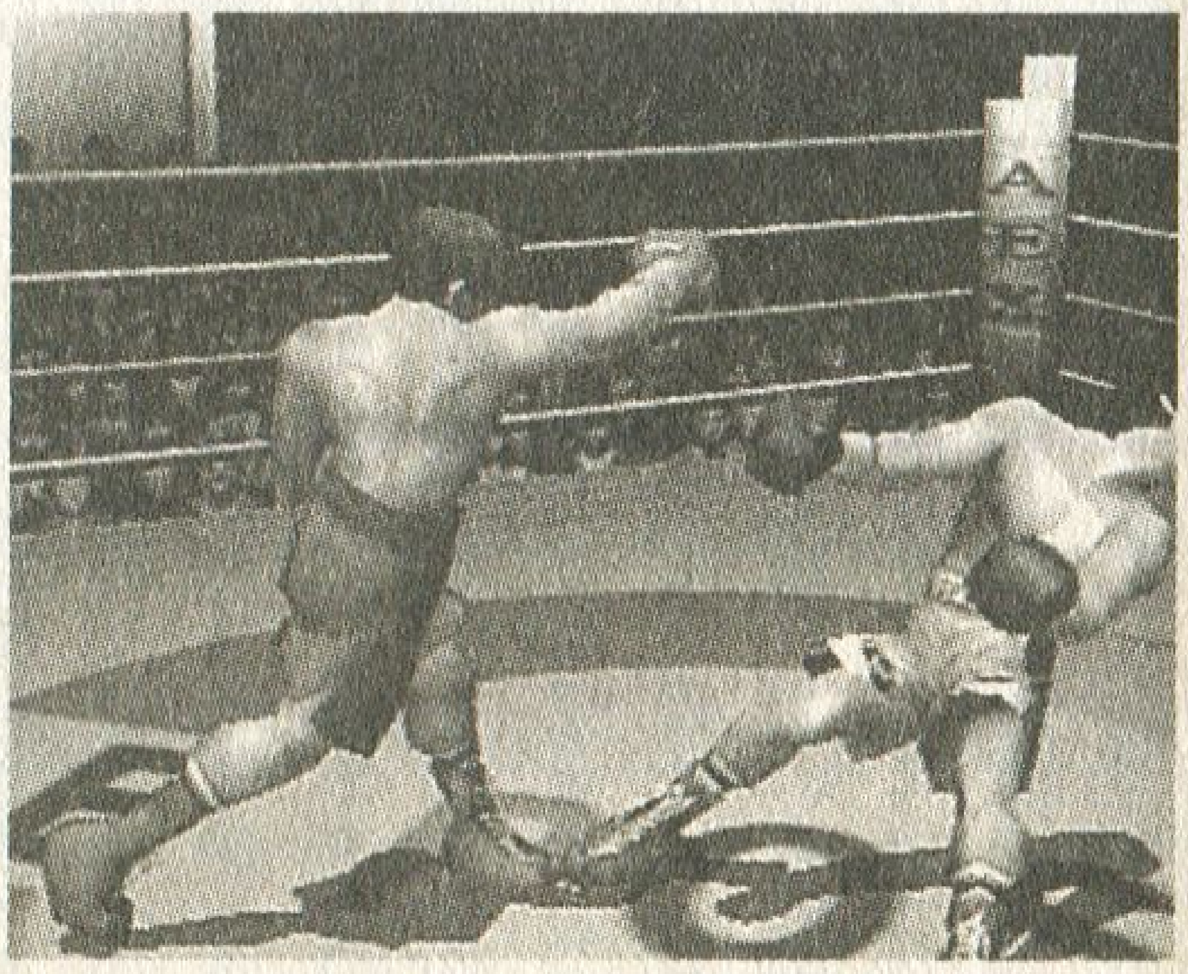
青：うーん難しいですね（笑）。操作性などはもちろん大事にしますけど、それは最後にくる部分だし……。ユーザーのことは大事にしていますね。このゲームはどんなユーザーのために作られているのか、そして最低でもそのユーザーの期待を裏切らないゲームを作ろうと心がけています。また『一歩』のような大きな題材となりますといろいろな人の考えが入ってくるので、そういう意見をまとめることも大事になりますね。というか、もともと、ゲーム小僧が好きでゲーム作りを始めたところがありますので、こういう点は勉強にもなります。

編：現在、ゲーム市場は厳しくなっていますが、この点はどう感じておられますか。

青：熱が下がった、というのは感じます。昔に比べればユーザーの総人口は増えているんですけど、昔のような熱さがないと思います。新しい、と感じるものが出なくなったからだと思いますけど。熱がないと、難易度の高いゲームに挑戦したり、ハイスコアを目指したりなんてできないですよね。今回のは、そういった時代とは逆行するような内容ですけど（笑）。ただ、これからは市場の動きも考えなければいけないと思います。

本当は、もっとゲームっぽいものが売れてほしいんですけどね。でも、そういうのを提案すると「シンプルシリーズだね」とか「ネットでタダで遊べるのと変わらないね」とか言われちゃって（笑）。となるとゲーム以外にいろいろと肉付けが必要になるんですが、そうなるとどんどん大作志向になってしまう。この辺りのバランスは難しいなあと思っています。

対象ユーザーの期待を裏切るゲームだけは作りたくない


当たり判定も見た目と矛盾がないように作られている。地味ながら手間のかかる作業だ

独立クリエイターに望むこと
もっと個性的なソフトが出ればいいが、昔に作ったタイトルの出来損ないみたいな物しか作れない人が多いし、出すメーカーも名前だけしか考えていないのは問題です。（奈良県　BEL）

クリエイターの卵は確実に育っているのか？

text by 藤原修二

業界が成長するには新しい人材が必須。では、その育成機関の現状は？　ゲームスクールとして13年のキャリアがあるバンタン電脳情報学院のスタッフ・鳥巣氏と、最近、ゲームの講義を始めた東大の馬場氏にお話を伺った。

鳥巣　浩氏
バンタン情報電脳学園スクールディレクター。学生の相談に応じたり、業界からチャンスを用意するなど、多岐にわたる業務に従事。

少子化の中、生徒数は今も増えつつある

編集部（以下、編）：バンタンが設立されたのはいつでしょうか。

鳥巣（以下、鳥）：91年です。当時はヒューマンクリエイティブスクール（現・パソナソフトバンククリエイティブスクール）があるぐらいでしたね。ようやくゲームが産業として大きくなり、そしてこれからも大きくなるだろうと学長が考えて始めました。最初の生徒数は100名ぐらいでした。

編：現在の生徒数は？

鳥：1、2年生合わせて700弱ですね。今年の1年生でいうと350人以上……約4倍になっています。少しずつ生徒の数は増えていきましたね。

編：今、少子化が問題となっていますが、それでも生徒は増えているのですか。

鳥：そうです。特にグラフィックコースは増える傾向にありますね。ここ数年、女性の生徒が増えてきたというのが大きいと思います。そのほとんどがグラフィックを選ぶんですね。人数の内訳を言いますと、プログラムが130人、グラフィックが100人、プランナーが60人、それとライターコースというのがありまして、それが40人ほどいます。

編：私もライターなので、ライターコースにはちょっと興味あります（笑）。

鳥：取材をしたり原稿をまとめてレイアウトを組んだり……、編集のイロハを学ぶようになっています。これも最近は増えていますね。そういえば、プランナーとライターのコースは、まだ今年の募集枠が空いていますので、もし、読者の中で興味のある方がおられましたらご連絡ください（笑）。

編：バンタンさんは10年以上の歴史がありますが、昔に比べて、教える内容というのはどう変化していきましたか？

鳥：プログラムに関しては、基本の基本を丁寧に教えるという部分に関しては変わりませんが、業界のニーズによって変わる部分もありますね。ただグラフィックは大きく変わりました。PSが出てきて3Dを教える必要がでて、さらにツールなども進化していきましたから。生徒にとってはかなり負担が大きくなりましたね。2Dは今までの延長でやれるんですけど、2Dに比べると3Dはなかなかつかめないようです。とはいっても、3Dのニーズが高いという現実がありますから……。

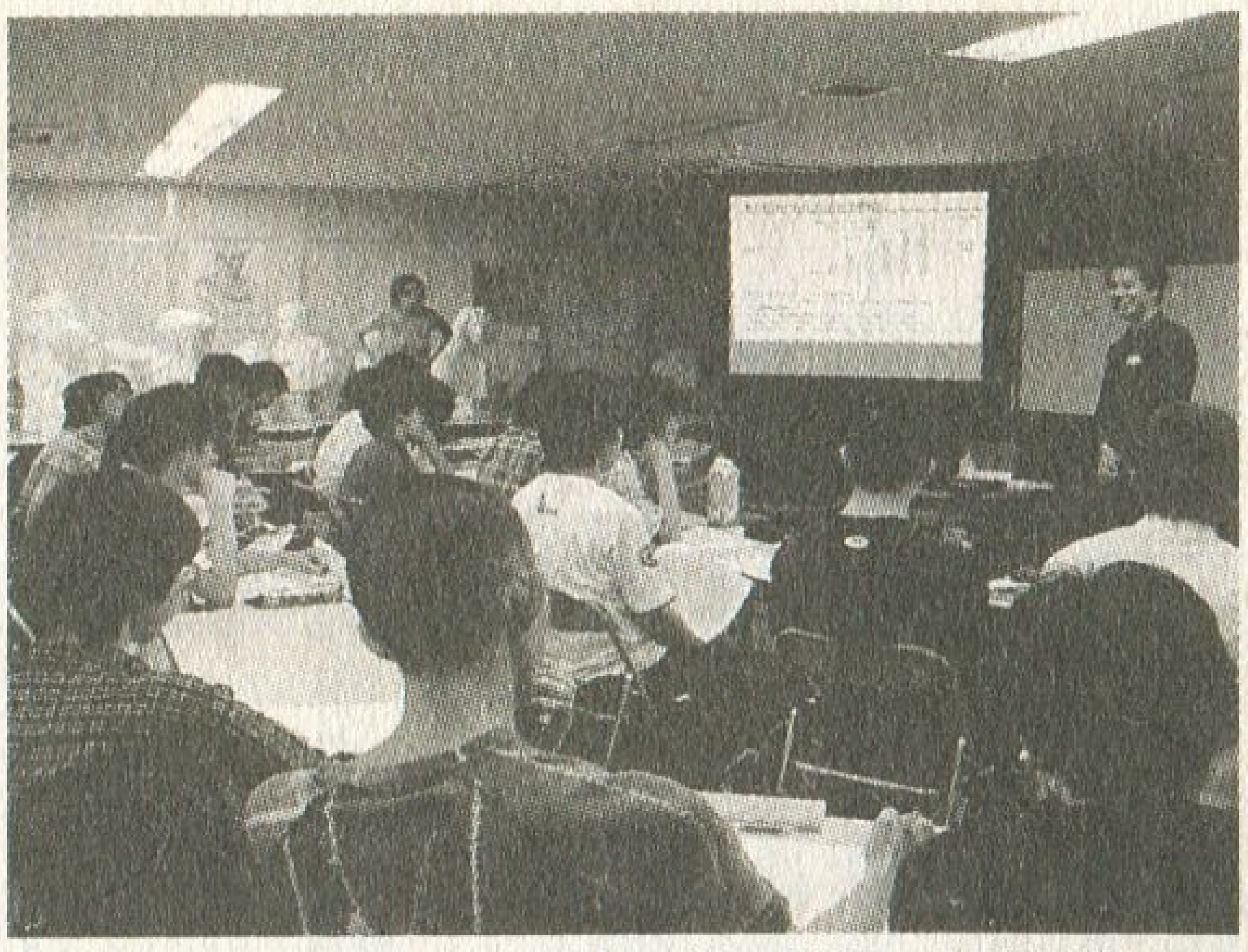
編：最近ですと携帯電話のゲームが多くありますから、2Dのニー

ズも高いのではないですか？

鳥：実は今月から始まるドット絵の授業があります。求人のニーズに合わせて作りました（笑）。去年から露骨に増えましたね。そうはいっても学生には受けは悪いんですけど（笑）。就職するのすら大変なんだぞ、と言っても、「いやボクはPS2でやりたいです」って。まあ、19～20歳の学生にはまだ難しいですね、その年であきらめろって言っても。

編：やはり、大きなゲームを作りたい、という人が多いんですね。

鳥：そうですね。ただ、入学した当初は有名な会社ばかりを希望するのですが、実際には大手メーカーだけでなく制作会社で開発されていることが多いと説明すると、みんなこちらのほうを選ぶようになっていきますね。というか、そう指導していますね。みんなが大手に入るのは無理ですし、学生の個性が活かせるのは大手とは限りませんから。



高校卒業してくる生徒が約７割。普通の専門学校より年齢層がやや高いのも特徴だ

不況が生徒たちの意識を変えた

編：プログラムとグラフィック、どちらの求人が多いのでしょうか。時代による変化などもありましたら教えてください。

鳥：ゲームだけでいくと……グラフィックの求人が増えてきましたね、昔に比べると。背景やモーションなど、現場の作業がかなり細分化されてきているためだと思います。プログラムも携帯電話を入れると増えていますね。ただ、コンシューマだけで見ると減っているでしょうか。

編：やはり携帯電話への流れは就職状況にも表れているんですね。では最近増えつつあるネットワークはどうでしょう？

鳥：増えていますね。そんなに大きな会社じゃなくても、韓国からコンテンツを持ってきてやっている、というケースもありますので。

編：厳しい業界の中、これからどのような生徒を育成していきたいと考えておられますか。

鳥：やはり、ゲーム業界を盛り上げていきたい、というのが第一にあります。これは学校もそうですし、私個人もそう考えています。そのためには技術だけでなく、ちゃんと自分の意見を言い、共同作業ができる人間性も育てなければいけないのですが、2年という時間ではなかなか学生も忙しいと思います。それでも現場は両方を持つ人材を求めていますから、できるだけ理想に近づけるように、入学した当初から技術だけでなく就職活動のときに必要なコミュニケーション能力も教えています。こういったことは、短期間では身につきませんから。入学には試験と面接があって、その面接のときにもかなり厳しい話をしていますね。ただ、最近では不況のせいもあってか、入ってくる人の意識はかなり高くなっているので、その点では助かっています。5～6年前だと甘い考えの人が多くて。入学したら自動的に就職できる、と考えてる人が多かったんですよ。

編：その辺りは、ゲーム業界の動向も反映しているのでしょうか。

鳥：そうですね。もちろん、20歳前後の生徒が大半ですから、まだまだ甘いところはあります。ゲームも好きなジャンルしか遊ばないんですね。だから視野がすごく狭くて、面白いものを考えろと課題を与えても、既存のものばかりになってしまう。まあ、自分の20歳のころを思えば、それも当然なのですけど……。

ただ、今の生徒たちは本当によく調べていますよ。会社の状況とか。ネットがあるという利点もありますが、就職難で、かつゲーム業界が厳しいということをわかって、なお、入ろうとしているのですから、相当な熱意だと思います。彼らの熱意を何とか活かせるように、我々側も成長していかなければいけないと思います。

独立クリエイターに望むこと　いいソフト。（長崎県　ゴミステ２）

東大で始まったゲーム講義 その中身と目的とは

最高学府である東京大学でスタートしたゲーム講義。意外な組み合わせに見えるが、そこにはゲームを真摯に見てきた故の狙いが存在する。

text by 編集部

ゲームは知的複合体である

編集部（以下、編）：大学でゲームの講義があるというのは、大変、珍しい話だと思います。どういったことを教えているのですか。

馬場（以下、馬）：この授業は2つの理由があって始めました。私たちはゲームを現代の知的複合体と呼んでいるのですが、たとえばゲームと社会、ゲームと人間、ゲームと技術……など、いろんな視点があるのです。そう考えるとゲームというのはとても学際的なテーマであると思うんですね。最新技術の話はもちろんですが、シナリオやルールなどを見ていくと、法律、哲学、文学、社会学、心理学、教育学……さまざまな学問がゲームに集約できるわけで、これは専門課程にあがる前の学生、1～2年生は教養課程といってさまざまな勉強をするのですが、そういう学生たちにとっては格好の素材だと考えたんです。そこに注目したのが第一点。そしてもうひとつは、TVゲーム業界を見ると、他産業に比べるとまだ良いほうなんですが、それでも今、たいへん厳しい状況にありますね。だからそれをなんとか盛り返したい。そのためには、売れるゲーム・面白いゲームを作れる人間を育成する必要があると思ったんです。それが第二点。簡単に分けると前者がゲームの研究、後者がゲームを制作する話になりますね。

確かに大学でゲーム（の講義）があるというのは珍しいと思います。大阪電気通信大学にデジタルゲーム学科がありますが、そこでは技術が中心のようです。また、先生個人でゲームに関連した授業をやっている、というのは従来もありました。東大でも理系の学科ではCGやバーチャルリアリティの講義があって、ゲーム制作に役立つ授業は珍しくないですし、経営学の先生がゲーム業界の経営者をお招きして講義をすることもありました。でも、この授業のようにゲームを中心にすえている授業はほとんどなかったですね。

編：ゲームと学問が結びつく、その具体例を教えていただけますでしょうか。

馬：そうですね……、ゲームのレイティングも研究になるんです。15歳以上とか18歳以上とかの区分は学術的にはあいまいなんですね。そこでゲームのシナリオを社会学とか心理学といった学問の手法を取り入れて研究する、ということをやっています。また、リハビリとしてゲームも研究しています。ナムコさんがやっておられますけど、まだまだ広まってはいないですね。障害者の機能回復のためのゲーム、お年寄りの健康維持のためのゲームとか。またゲームをやると痛みを忘れられるという報告があって、これはアメリカのほうで研究されています。これはゲームと医学、ということになるでしょうか。ですから、挙げていったらキリがないんですね。もちろん、無理矢理研究をゲームに結びつけているのではありません。従来のゲームの研究は、他の分野の研究者がゲームにアプローチしてきたと思うんですけど、私たちの場合はゲームを中心において他分野との関連を研究する。この点がそれまでの研究との違いだと思います。

馬場　章氏
東京大学助教授。専門はデジタルコンテンツ創造学。昨年から東京大学で「ゲームデザイン&エンジニアリング論」を開講し、ゲーム雑誌にもゲーム研究講義を連載中。みずからもゲームを制作してプレイする研究者。

世界に対抗する人材を育成するために

編：授業が始まったのは?

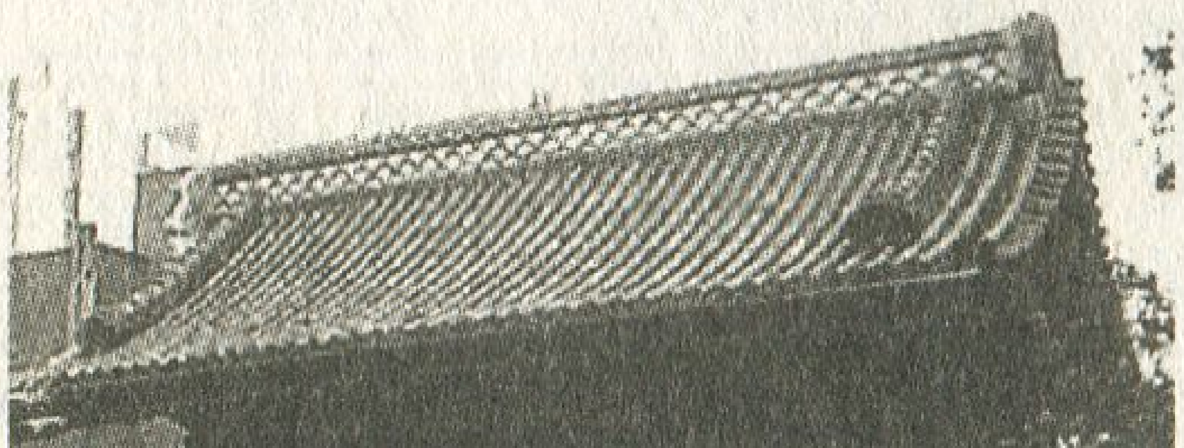
馬：去年の4月です。もともと、数年前から私の研究室ではゲームの開発・研究をやっていたんですね。それは学習支援用のゲームなんです。学校の教材ってつまらないじゃないですか。でもゲームは子どもたちが夢中になるほど面白い。それならばゲームを教育の中で使うことはできないか、と考えたのが出発点なんです。それでゲームとは何か、ゲームの面白さとは何か、ということを研究して、それに基づいてゲームも制作しました。私の研究室にいる学生たちが作ったゲームが、先日学会のコンペで最優秀作品になりました。実際に学校で使ってみても評判が良かったようです。この研究と実践の両面をベースにして大学の授業を始めたんです。もちろん、学生にゲームの授業の需要があるのはある程度わかっていましたけどね。学生の数が何しろ多いんですよ。東大では少人数教育が中心なのですが、この講義は200人近くの学生がいて、しかも途中でやめないんですよ。ただ、最初は「ゲームなんて遊びじゃないか」と、風当たりは強かったですよ。でも学生の集まりはニーズがあったという証明ですし、加えて、研究室で作ったゲームが評価されたのは研究が間違ってないことを示す実績として十分だったと思います。だから、今ではとても評価されていますよ(笑)。

編：200人とはすごい数ですね。

馬：私も予想外でした。しかもそのうち、3分の1はゲーム制作をしたいと言っているんです。プログラム、グラフィック、サウンド……東大に入った学生でもゲームを作りたいと考えてる人が多いのは驚きました。ただ、大学は専門学校ではないですからハウツー的なことは教えません。業界に入ってこういうゲームを作りたいという具体的なビジョンもない学生がまだ大半です。でも、それはそれで悪くないと思うんですよ。実際に入社して、いろいろと覚えてから自分の本領を発揮できればいいと思います。やはり大学に入ったのですから、ゲームのハウツー的なことよりも幅広い教養を身につけてほしいと思っていますし、そこが大学とゲームスクールとの違いだと思います。

編：厳しいと言われているゲーム業界ですが、いざ、裾野を見てみるとクリエイターになりたい人は大勢いるのでしょうか。

馬：始めてみると東大でもこれだけのニーズがあったわけですから、私たち大学の教員の取り組みが遅れていたということかもしれませんね。作り手の候補はいくらでもいると思うんです。問題は彼らに何を教えて優秀なクリエイターに育てていくか、だと思います。人材育成はひとつひとつの企業が進めるのはもちろん大事ですが、業界全体でもきちんと責任を持ってやってほしいですね。これからは国内だけでなく、世界を相手にして日本のゲーム業界を立て直していかなければいけません。今、急成長している台湾・韓国・中国、そして東ヨーロッパなどはゲームが国策になっているんです。もちろん、国の政策に産業が影響されるのは良くないですけど、世界に出ていくために国のバックアップがこれからは大事だと思いますね。ゲーム会社というと派遣社員や契約社員が多いじゃないですか。経営上やむをえない側面もありますが、そういう不安定な雇用方法では良い人材は育たないでしょうし、可能性もつぶしかねないと思うんですよ。そこに国の支援があってもよいですね。これからはゲームスクールと大学、企業や企業団体、そして国がみんなで協力していかないと、世界に太刀打ちできる人材というのはなかなか出てこないと思います。



ご存知、東大の赤門。サークル活動でゲーム制作をしている生徒も多いとか

独立クリエイターに望むこと
ゲームは商品である以上に作品だ、という事を意識してほしい。ゲームじゃないけど某ガンダムの新作みたいなのはヤメテ。(山口県　PLAN303E)

海外クリエイター事情

text by 中村彰憲

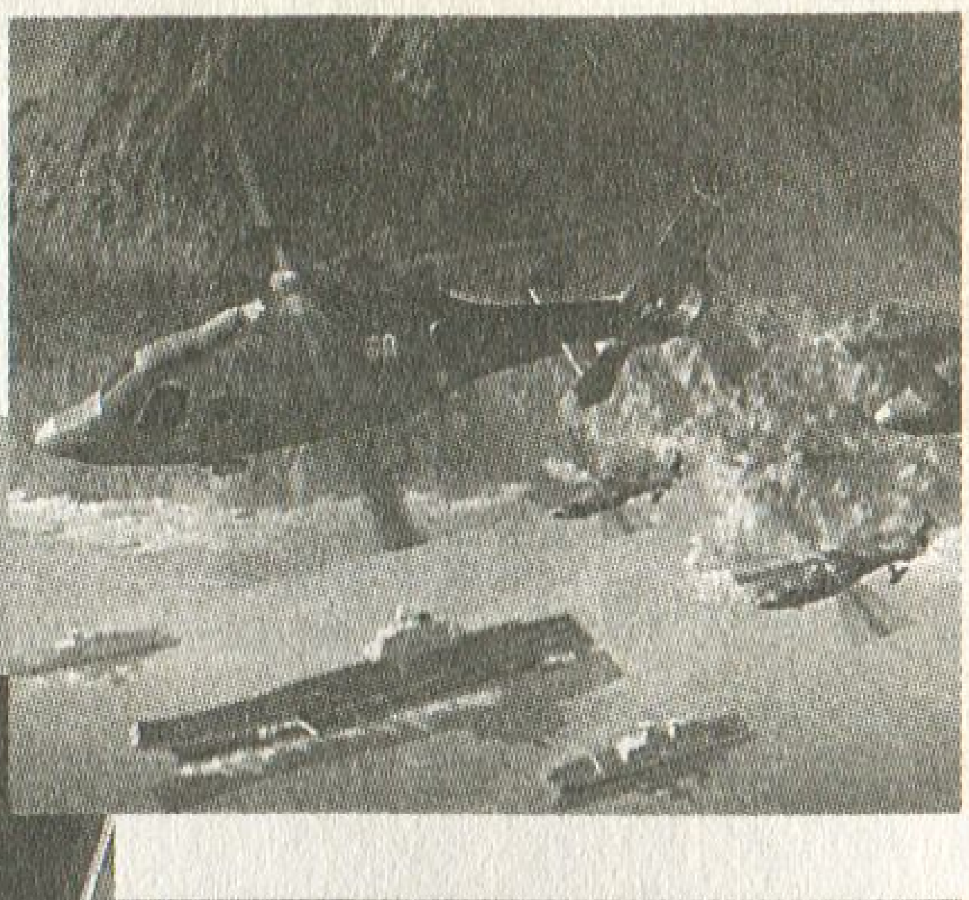
いまだ先が読み切れない日本のゲーム業界。著名なクリエイターのフリー宣言や、企業再編がその迷走を象徴するが、海外の動きはどうだろうか？　パッケージソフト開発に従事するクリエイターを中心に探ってみた。

欧米に存在する巨人の足跡

「ゲームクリエイターの神」が存在するのは日本だけではない。欧米でも『PONG』や『BREAK OUT（日本名：ブロック崩し）』を開発したアタリの創設者、ノラン・ブッシュネルはまさに神そのもので、そのほか現役プロデューサーとしてその名をはせるゴットシムの祖ピーター・モリニューや『シムピープル』の開発者ウィル・ライトなども存在する。これらゲーム業界の巨人はカリスマ性があるという点で日本のクリエイターと類似している。日本同様、企業動向に強い影響を与えている人物もいる。ピーターが設立者のひとりだったブルフロッグは『テーマパーク』、『ダンジョンキーパー』などオジナリティあふれる良作を次々と開発したが、ピーターの退社後は、事実上の活動停止に陥ってしまった。現在ピーターは『ブラック&ホワイト』開発元のライオンヘッドスタジオだけでなく、IntrepidおよびBig Blue Boxでもプロデューサー的役割を果たしているが、前者は『B．C．』という原始時代の人類を成長させるゲーム、後者は『Fable』（XBOXで発売予定）で主人公の成長がストーリーに影響を与えるRPGと、非常に強くピーターの影響を思わせる作品になっている。

同時にゲーム業界のベテランが新たなジャンルと開発用ツールを作り上げ、そのフレームワークの中で多くの若手が活躍する場を提供するタイプも存在する。『DOOM』シリーズを開発したジョン・カーマックが、その人だ。ゲームデザイナーというよりはゲームエンジニアという表現が近い彼は『Quake』で自社開発したゲームエンジン、および開発用ツールをライセンスし、他企業でも彼らの技術を使用しゲーム開発することを可能にした。この結果、若手でも完成度の高いゲームを比較的短い開発期間で作り上げることができるようになった。中でも『Quake2』エンジンをもとに『Half-Life』を開発し一流のゲーム開発スタジオにのし上がったValveも、開発ツールHAMMER EDITORをネット公開したうえ、トップのゲイブ・ニューウェルを筆頭にゲームステージのデザインに携わったスタッフがユーザーサポートを積極的に行った。彼らの経営戦略はMODコミュニティ※1）の発展に貢献するだけでなく、優れた若手の発見にもつながった。世界で最も愛され、商品化までされたMOD『カウンターストライク』の誕生が彼らの成功の象徴と言える。開発者のジェフ・クリフも『QUAKE2』用MODエディターでレベルデザイン匠の技を極めた一人だ。「かれらの中には

いまだに『QUAKE2』MODを楽しんでいる人たちもいるのさ。」そんな草の根精神が強いジエフは現在VALVEの正式社員としてレベルデザインに従事している。若手がのし上がるには、との質問に「MODに代表されるアンダーグラウンドコミュニティのリソースをフルに活用することさ！」と一言。



→開発した『フェアストライク』はフランスやアメリカでも販売されている



↑ロシアのブラッド・スグロボブ氏（26）見た目どおり若い



→『抗日：ビルマの攻防』中国の人はこれで爽快感を……？

ゲーム業界黎明期の再来 ゲーム後発国のクリエイター

欧米と比較して、どちらかといえばゲーム業界黎明期のカオスを彷彿させるのが、ロシアや中国のクリエイターだ。「やっぱり、自分たちが面白いっ！　と思うものを作らないとね！」と言う王さんは、先に紹介したこともある『抗日上海灘（抗日）』を開発した王彫彦氏だ。王さん自身が32歳であり、約20人の開発者全員が20代という。『抗日』も実は三部作であるという爆弾発言まで飛び出した。第2作『ビルマの攻防』は中国人なりの「面白さ」を追求しなければ開発できない。米国製3Dエンジンを使う気はさらさらないらしい。「ゲームはあくまでも僕らが作る。3Dエンジンだって僕らの会社で作るのさ。ゼロからね。」王さん自らが中国のMIT、清華大学出身であるだけに、単なるブラフには聞こえない説得力がある。

ロシアのG5ソフトウェアのCEOブラッド・スグロボブ氏（26）もアグレッシブだ。ここのチームも全員が20代だという。「僕は18歳でゲーム開発にプログラマーとして携わったんだけど、そのずっと前からプログラマーだったんだ」と語るブラッドは、ゲーム開発を「自らのプログラミング能力に対してチャレンジする絶好の場」と言い放つ。目標とするゲームデザイナーやゲームは存在しないという。「もともと僕はプログラミングそのものが好きで、小さい頃からプログラムばっかりしてた。ゲームというものを知ったのはずっと後の話さ。プログラマーとして生きていきたかったからゲームを作り始めたのさ。」26歳という若さにもかかわらず、ゲームより先にプログラムマニアだったというゲーム先進国ではめったにお目にかかれない経歴、プログラムできるものが何かないかを探して行き着いた先がゲームだけだったというロシアの国情、それぞれがゲーム産業の新たな起爆剤と予感させる一面を垣間見せている。

以上、海外のクリエイター事情を先進国、後発国それぞれで確認したが、やはり要となるのは、「自由な発想」がどの程度最終段階の「商品」レベルまで反映されているか、そしてその「新しいアイディア」をどこまで売り手が理解し、買い手が受け止めてくれるかに尽きる。マエストロのもとで開発しようが自由な環境で開発しようが、誰が何を基準にして、開発の糧となる「資金」をどの程度の規模で投入するかでアウトプットが決まり、パブリッシャーや小売店それぞれが、その斬新さに期待して決められた予算の中からどの程度認知度向上のための努力を図るかで売上として結果に出る。つまりどのような体制にしろ、より鋭い目で問われるべきは、クリエイターよりはゲーム産業全体としてのロジスティックス（※2）なのかもしれない。

※1：MODコミュニティ…一般開放されたFPS用開発ツールを使い独自ゲームステージ（レベル）を開発して楽しむユーザーコミュニティの意。MODはmodification（改変）を指す。
※2：東京大学大学院新領域創成科学研究科の濱野保樹助教授が提唱する用語。logisticsの語意にあたる物資の調達ではなく、コンテンツ開発の企画創案および資金調達から小売販売までのすべての工程を指す。経営学的には産業アーキテクチャの概念に近い。

岡本吉起はなぜ"脱藩"したか

聞き手・吉田龍司

「ゲーム批評」読者へ
ホンネを言わしてもらうで！

昨年6月の岡本吉起氏によるカプコン退社劇は、業界各方面に大きな衝撃を与えた。岡本氏といえば『ストリートファイターⅡ』（以下『ストⅡ』）、『バイオハザード』（以下『バイオ』）といった超ヒット作のプロデューサーであり、本誌読者にとってもかつての名物連載「言わしてもらうで」でおなじみである。組織的には専務の地位にまで上り詰め、はた目には順風満帆な出世街道を歩んできた岡本氏。突然の"脱藩"、そして新開発会社・ゲームリパブリックの電光石火的な立ち上げは、さまざまな憶測を呼ぶ一方で「クリエイターの新たな指針を示している」（同業他社）との声も上がっている。

"カプコンの顔"だった男は今、何を考えているのか。

上場企業ではゲームを作れない

――「業績不振の責任を取った」「内部であつれきがあった」といった見方もありましたが、実際の退任理由は何だったのですか？

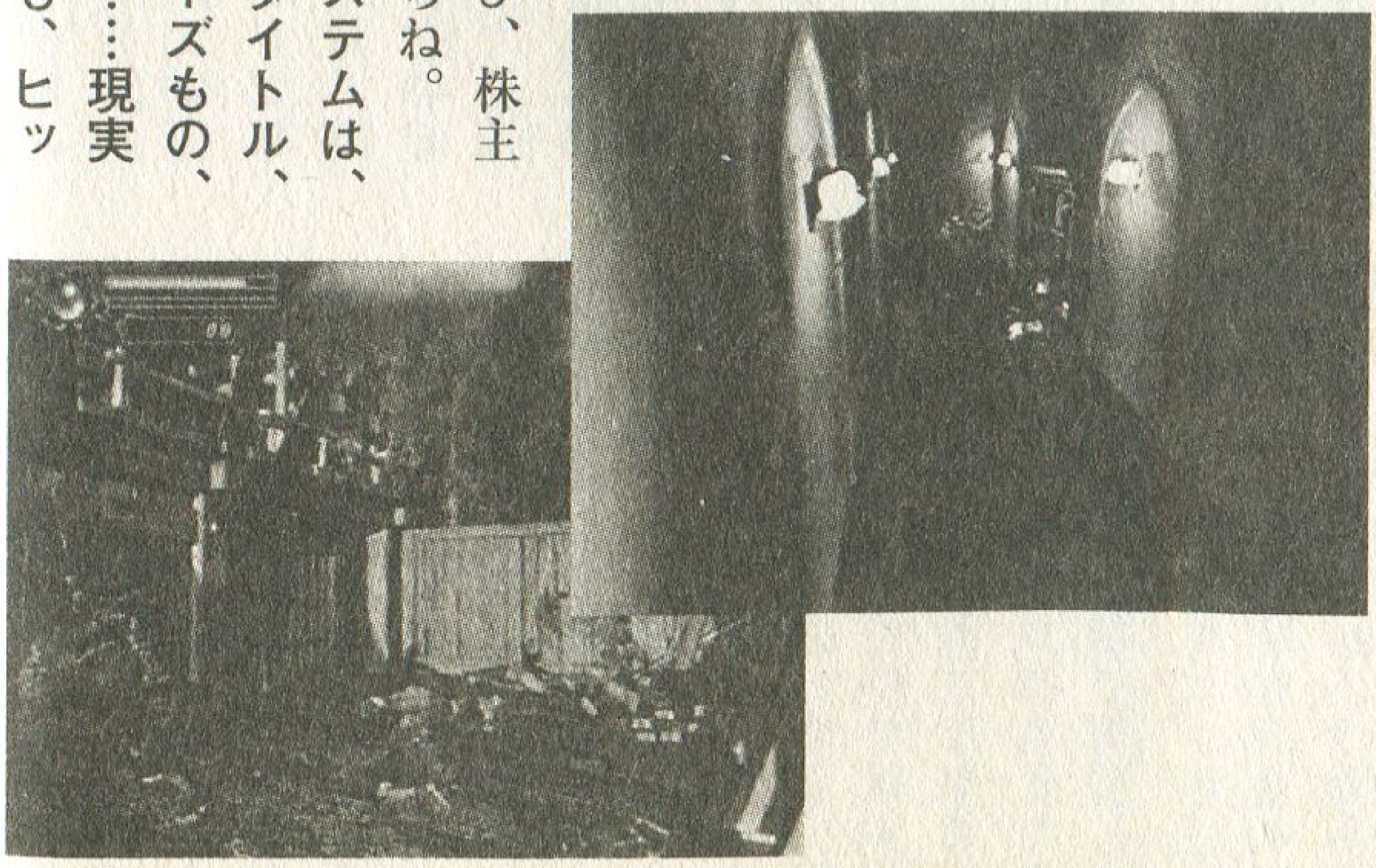
岡本氏（以下、岡）：簡単な話ですよ。僕のやりたいことが、（株式市場に）上場している企業では難しいと思ったからです。なにもカプコンという企業に原因があるわけじゃない。新しいゲームが作りたいから、カプコンを辞めて新会社を作ったんです。

――なぜ上場企業じゃダメなんですか？

岡：基本的に上場企業は安定的な業績を出さなきゃいけない、という縛りがありますよね。そうなると、どうしてもシリーズものを主流に置かざるをえない。でも僕は、これが業界を小さくさせている要因だと思ってる。

――上場企業の不安定な業績は株価の急変動を呼び、株主の不満につながりますからね。

岡：僕の理想的な開発システムは、エースのチームに新しいタイトル、二番手以下に大きなシリーズもの、という体制なんですけど……現実は逆ですよね。社内的にも、ヒッ



右上が『バイオハザード』、左下が『鬼武者』。洋風と和風、PSとPS2などの外様の違いはあるものの、キャラクターはラジコン操作で動くなどシステム面では近しい存在



岡本吉起（おかもと・よしき）
株式会社ゲームリパブリック代表取締役社長
総合学園ヒューマン・アカデミー　ゲームカレッジ校長
1981年、イラストレーターとしてコナミに入社。アーケード版『ドンキーコング』(任天堂)をプレイしてビデオゲームの面白さに目覚め、『タイムパイロット』などの開発に携わるが、のちに退社。1983年カプコンに入社し、アーケード部門のトップとして『ファイナルファイト』『ストリートファイターII』などの開発を統括。1996年からはコンシューマを含めた開発部全体を指揮。『バイオハザード』『鬼武者』などに関わったシナリオ会社フラグシップの社長も兼任。カプコンでの最終役職は専務取締役。2003年6月にカプコンを退社。以下現職。

トが見込めやすくてボーナスが多く出るシリーズものに軸足を置いてしまう。結局、新タイトルにはエースもカネも突っ込めず、当たる確率が低くなる。気がついたら、なんとかシリーズの『12』とか『8』とか番号がついてるゲームばかり（笑）。これでは新しいユーザーなんか入ってきませんよ。

――典型的な悪循環ですよね。

岡：『鬼武者』はよく『バイオ』に似てるとか言われるけど、あんなんでもいいから新作が欲しいんですよね。

――でも縮小再生産的な傾向は以前からある話ですよね。なぜ去年というタイミングを選んだのですか？

岡：正直言うと、実は最初のバイオハザード発売（96年）の前辺りから辞めたかったんです。

――業界が伸び盛りの時期に「非常ベル」はすでに鳴っていたと。

岡：ただ当時は、同期の子が辞めて、立場上"俺が残らんとやばい"と思った時期で。これは僕だけの理解なんですけど、倒産しかけていたカプコンに『ストII』、『バイオ』、『鬼武者』と鉄骨を入れてなんとか建て直したし、役目は果たした。それにタイミング的には、これからいよいよ各社から新ハードが出てくる。制作ツールも配られるようになる。去年で専務の任期（2年）も満了したし、ここで続けてとどまってしまうと2年後には新ハードがもう出てしまっている。僕が望んでいるゲームを作るためには、去年が辞める絶好のタイミングだったんですよ。

新会社で作るゲームの秘策

――それで間髪入れずに新会社を設立されたんですね。

岡：だから、ゲームリパブリックは絶対に上場はしないでおこうと思ってます。株価で一喜一憂する上場会社はもういい。最近は上場が資金調達目的ではなく、（大株主である）オーナーの資産を増やすことが目的になってますもん。そもそも市場が活性化していない3月や9月にゲームが大量に発売されていること自体、この業界は不健全ですよ。

――もろに決算対策、株価対策ですからね（笑）。察するに野村（カプコンの主幹事証券＝経営のパートナー的存在）との関係は大変ではなかったかと……株価を下げるようなことはするなとか、弱いハードにゲームを出すなとか（笑）。

岡：ソリが合わなかったのは事実ですけど（笑）。でも決して弱いハードが好きなわけじゃないんですよ。僕自身、業界はハードメーカーの三国鼎立が望ましい。シェアが5対3対2とか。どこかの独り勝ちではソフトハウスは生きていけない。規制された中での一社独占では相手がそっぽを向いたら終わり。だからGCへの『バイオ』独占供給は、僕なりのバランス感覚だったんですよ。

――いろいろありましたけど、「京都をなんとかしたらなあかん」という気概は残ってますか？

岡：すでに企画の持ち込みはしてますよ（笑）。ただ基本スタンス

独立クリエイターに望むこと
独自性と明確な主張。しかし自慰的な作品は願い下げ。（岩手県　HA-21S）

はマルチプラットフォーム。これは3ハードに同じタイトルというマルチではなく、タイトルごとに一番合うハードへ特化させます。

―今の開発状況と社員数は？

岡：今は6つの企画が走っていて、うち1つの開発が始まった段階ですね。社員は半年で51人集まりましたけど、給料はほとんど払えてなくて……（笑）。僕自身も1円ももらってなくて、手弁当でやってます。まぁ僕がもらうわけにもいきませんけど（笑）。でも僕の志に共鳴してくれた人が集まってくれるのは嬉しいですね。

―その志とはどんなものですか？

岡：新しいもの、日本発で世界を揺るがすゲームを作りたいんです。正直、今は欧州や米国のゲームのほうが面白いですよね。もう昔の名前で客を呼べる時代じゃないし、過去にないものをやりたい。

―その"新しいもの"への志というのは、いわば初めて『ゼルダ』が出てきた時のようなインパクトがあるものを狙ってるんですか？

岡：いやいや、それは無理ですよー（笑）。僕自身、自分の力量くらいわかってます。でも、こぢんまりとしてるけど業界に小粒のジャブがビシビシ当たるような感じのものを作りたい。たとえば、ゲームの歴史書に相撲番付みたいな表があるとしますね。『インベーダー』や『ゼルダ』は横綱として出てるわけです。でもこれから作るゲームは虫眼鏡でしか見えないけど、ちゃんと下のほうに載ってる（笑）。あっ！　岡本の新しいゲームあるやん！　みたいな（笑）。

―ずいぶん奥ゆかしい……（笑）。

岡：僕は138キロのストレートしか投げられなくても、それをいかに速く見せるかという投球術を知ってるタイプ。決して松坂のような球は投げられない。いわば上原です（笑）。だいたい僕の作品なんて、ほとんど何かのリメイクですよ。『ストリートファイター』にしても『I』は作ってないし、『ファイナルファイト』も『くにおくん』や『双截龍』が下敷き。『バイオ』も実はそういう作品があったし。ある素材があって、俺だったらこうする、という作り方なん

実は『バイオハザード』発売の前から辞めたかった



です。

——戦中戦後の映画マニアだった黒澤明みたいに「自分の作品には必ず元ネタがある」とするタイプのクリエイターなんですね。岡本さんも根っからのゲーム好きである点が共通してますよ。

岡：そういえば、さっきもボードゲームとテレビゲームを同時にやってました（笑）。だから僕は大きなアドバルーンを上げるタイプの人は、よくわからないんです。

——最近面白かったゲームは？

岡：うーん。やっぱり『カタン』（カプコンのボードゲーム）ですね。あれは面白い。結構ハマってます。



岡本氏の「今」が分かるHP
岡本吉起のゲーム会社をつくるぜ（愛称：オカつく）

——ちなみに同じ会社の『ビューティフルジョー』はどうでしたか。

岡：あれはダメ！　計算し尽くしてゲームを作るタイプの僕としては、絶対に認められません。

——厳しいですね。まあ、愛情の裏返しかもしれませんけど？

岡：…………（微笑）

——さて、開発中の第1弾タイトルはいつ頃の発売になります？

岡：うーん、今年は無理ですね。一応、来年の夏を目標にしてますけど。でもそれまでにボードゲームとか小ぶりのものを出すかもしれませんよ。

——具体的な話ですけど、ネットゲームも企画にありますか？

岡：入ってますけど、詳しくは言えません（笑）。企業秘密です。

みんなで"捨て石"になろう！

——ヒューマン・アカデミーゲームカレッジの校長にも就任されましたけど、今、後進育成に対してどんな考えを持たれてますか？

岡：全般的に今の専門学校は教える人も生徒もシステムも、そろって悪い状況にあります。学校を良くするのが先なのか、生徒を良くするのが先なのかという問題もありますね。講師の給与を考えても、今は半人前の先生しか集まらない。それで半端なツールを使って半端な生徒を教えてきたわけですから、まともな人材もまともなゲームも作れなかったわけです。

——入学試験なし、といった例も多いですからね……。

岡：そこで、じゃあ僕ができることは何だろう、と考えたわけです。僕らみたいなポンコツが講師でも、もしかしたらいい子が来てくれるかもしれない。その子たちに現場の生きた声を届けたい、できるだけ教えてあげる時間を持ちたい、と思いました。僕は業界がいい時期にいろいろと勉強させてもらった。すごい安月給でも、今は誰かが捨て石にならなきゃいけない時期だと考えたんですよ。

——今の大手のトップには、そうした意識も少ないですしね……。

岡：彼らが考えてるのは常に自分のサイフのことだけ。率直に言ってこの十数年、誰も犠牲になろうとはしなかった。その空白の歪みが今出てきてしまっている。僕の考えに元・HAL研の桜井、アトラスの岡田、『ゼビウス』の遠藤さんたちも共鳴してくれて、時間を割いて教えにきてくれるようになりました。いつか僕らが教えた子が業界を背負ってくれる。いつかその次の世代を教えられる力量を持ってくれる。このいいループに入ったら勝ちだと思います。

——いつも生徒さんには、どんなことを話してるんですか？

岡：死ぬ気でやったらなんとかなる、と言ってますね。地獄を見れば必ず天国が見える。今はほとんどのやつが手を抜くことばかり考えてる。抜きんでるには、とにかく人より多く努力するしかないんです。僕らのレベルに追いつくにはどうすればいいか。口幅ったいけど僕らは君らより才能持ってたんだよ、ましてや20年のキャリアがあるんだよ、だったら死ぬ気でやるしかないだろ！　僕らが何より残したい遺伝子は、これしかないんですよね。

独立クリエイターに望むこと　会社のしがらみが嫌で独立したのなら、それにふさわしいゲームを創ってください。（神奈川県　メゾン）

愛すべき「ゲームなコトバ」を探して

text by 編集部

クリエイターを中心に、ゲーム業界人の愉快な発言を集め、愛のあるツッコミを入れた「ゲームなコトバ」（太田出版）。著者である多根清史氏に、発言から見るクリエイターの姿を語っていただいた。

図書館でのコトバ探しゲーム

編集部（以下、編）：このような企画を思いつかれたきっかけを教えていただけますでしょうか。

多根清史氏（以下、多）：まず、これまでゲーム業界人の発言集というと、Webサイトでのゲリラ的なもの程度だったんですよ。それをどうまとめるかとなったときに参考にしたのが、あるプロレス雑誌なんです。インタビューをメインにしている本なのですが、そちらで、藤波辰巳さんの発言ばかりを集めてツッコミを入れている企画があったんです。これが非常に面白かった。愛のないツッコミではなくて、好きだから、というのが見える企画だったんです。

編：それをゲームに持ってきたということでしょうか。

多：そうですね。

編：かなり多くの本から発言を引用されていますが、これを集めるのは大変だったのでは？

多：一番時間がかかったときで、国会図書館に3日くらい行きましたね。大変ですが面白いですよ。まず名前を検索して、引っかかったものからまた発言元を探して……探すこと自体が一種のゲーム。その人が歩んできた足跡を探す、探索ゲームですよね。

編：連載の初回は坂口さん（人名についてはカコミ参照）ですが、この人選はどういった意図だったんでしょうか。

多：当時、ちょうど映画がコケて話題になってたじゃないですか（笑）。誰を取り上げるにしても、世間から忘れられてるような人ではピンとこないので、温度が残ってる人にしようと考えています。

編：この中では特に飯野さんの記事が面白いのですが、やはり、こういう人がいないゲーム業界はつまらないのかもしれない、とあらためて思いました。

多：飯野さんは天然のロッカーですよね。ジミヘン（笑）（※1）。ゲーム批評さんも、あの人の心意気に感じ入って本や記事を出しておられたわけですよね。よく、彼を「痛い」と言う向きもありますが、突出したものがあるからこそ、新しい作品を作れるし、人を巻き込めるんだと思います。後になってから見ると、「こいつ変なヤツだな」と思うんですが（笑）。

編：一方で、小島さんなどは常識的な発言をされる方に見えていたんですが……。

多：この人の場合は、点で見ると普通のことをおっしゃってるんですが、まとめてみるとおかしいんですよ。飯野さんみたいに、突き抜けてナチュラルに面白い人と、小島さんのように、発言を時系列で並べてみるとツッコみたくなる人がいますね。

編：確かに、当時こういう発言が

※1　ジミヘン…ジミ・ヘンドリックス。ロックギターの神様。

あったな、と懐かしくなる部分もあります。

多：それもありますが、こうして発言を取り上げてくと、「この発言と発言の間に、一体この人に何があったんだろう」というものが見えてくるんです。人生という音楽を奏でてきた中での、リミックスみたいなものです。ですから単なるアーカイブではないと思っています。

編：クリエイターではないですが、ここ最近、ゲーム業界人として大きなことを言って目立っていたのは大浦さんでしょうか。



未来に残すゲームなコトバ
心に響く名言・格言・失言
多根清史
太田出版／700円（税別）

ゲーム雑誌から経済誌まで、あらゆる場面で発言された、ゲーム業界人の名言・格言・失言をピックアップし、ツッコミを入れた『未来に残すゲームなコトバ』（「CONTINUE」連載中）をまとめ、加筆修正したもの。
　登場するのは、『FF』の坂口博信氏、『Dの食卓』の飯野賢治氏、『メタルギア』の小島秀夫氏、マイクロソフトの大浦博久氏、チェリーベイブ社の千葉麗子氏など多岐にわたる。

多：XBOXと共にあり、というか、「義に死す」みたいなところがあってカッコよかったですよね。飯野さんに似たロックの匂いがします（笑）。大浦さんは、ご自分がXBOXを担当される前は、否定的なことを言ってるんです。ですから、表に出てくる発言というのは、いろいろなことをわかったうえでの「大きなこと」なんです。そこが男らしいですよ。

面白い発言はゲームバブルにあり

編：クリエイターの人選としては少し昔の方が多いですが、今のクリエイターは印象が弱くなったとお考えですか？

多：やはり昔からやられていた人は発言力が強いです。それから、今はゲームが売れなくなってきているので、最近の人は力が弱くなってきてるんじゃないでしょうか。売上本数は発言力に直結していますよ。
　鈴木裕さん（セガ）や坂口さんの発言に、ポリゴンでウミウシがどうとか葉脈がどうとかいったものがありますが、これを駆け出しの人が発言したところで、雑誌には載りませんからね（笑）。

編：確かに、大物だからこそ、そのまま掲載されますね。

多：面白い発言はゲームバブルの頃のものなんです。当時の元気が良かった頃の空気が残っていますね。千葉さんなんか、バブルの権化ですよ。彼女の発言を追っていったら、その当時のバブル業界人がほとんど出てきます（笑）。『ありすインサイバーランド』の話なんかを聞いても、「何でこの程度しか口出ししてない人が借金全部負わされるんだろう」って、せつなくなってしまう。

編：そういった状況の中で、今注目されているクリエイターはどなたでしょうか？

多：そうですね……松野泰己さん（スクウェアエニックス）は面白いと思います。でも彼の場合は、雑誌に話したことよりもシナリオにツッコミを入れたいです（笑）。何で「ン」がカタカナになってるんだろうとか、ポイントポイントはかっこいいのにつじつまが合ってないのはどうしてだろうとか。

編：『FFⅫ』もありますし、今後の注目株ですね。「松野さん全シナリオ」などという本があったら面白そうですが。

多：ああ、ここを書いたときは小池一夫を読んでたのかな、とか（笑）。本当にあの人は影響が出やすいですよね。

編：最後に、こちらの本にはなぜ、任天堂さんが入っていないのかをお伺いしたいのですが。

多：それは、任天堂さんは割合とガードがしっかりしておられますし……（笑）。

編：勝手ながら、こちらの連載の最後は山内会長なのではないかと推測しています。最後に、業界のゴッドファーザーとして登場するのではと。

多：それはいろんな意味で最後になりそうですね（笑）。

独立クリエイターに望むこと
独立するのはいいが、あまりどんな作品に関わっていただの吹聴しないでほしい。独立したら「0」からのスタートなので!! 未練がましいよ!!!（秋田県　伊藤信行）

パソコン批評 2月号

隔月刊　A5判／132ページ／定価880円（税込）



特集1 好調 デジタルカメラの死角

低迷するIT系産業の中で唯一と言っていいほど好調な売行きを示しているのがデジカメ市場だ。しかし、一大市場に膨れ上がった一方で画素やCCDなど、なじみのない用語をユーザーに押し付ける販売方式が問題となっている。技術の粋を極めたデジタルカメラに潜む罠に本誌が迫る。

- ●携帯電話に侵食される？ エントリーモデルの在り方とは
- ●バリューモデルが抱えるジレンマ
- ●最も性能差が出やすいクラス ミドルモデルに潜む罠
- ●低価格一眼レフ vs. ハイエンドレンズ一体型
- ●デジカメで伸びた企業 業界を狂った企業とは
- ●改善されるべき多くの問題点

ほか

特集2 無意味なOS WindowsXP MediaCenterEdition

リモコン操作など家電との融合を果たそうとするOS「WindowsXP MediaCenterEdition」。新しい道を模索する新OSははたしてユーザーに受け入れられるのだろうか？　WindowsXP MediaCenterEdition搭載モデルPCを使い、その性能と疑問点を考える。

絶賛発売中!!

ソフト&ハード批評
・PowerMac G5　・PSX DESR-5000　・VAIO PCG-Z1V/P
・Xacti DMX-C1　・SnowKids　・Photoshop Album2.0　ほか

編集・発行 株式会社マイクロマガジン社　〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
TEL:03-3206-1641（販売）FAX:03-3551-1208

祝！二次元ドリームマガジン、ついに独立創刊！


イラスト：本町圭祐

特別付録「世界初！香りつき官能小説！」

- 特集その1 イラストを擦ると匂いが出てくる「香りつき官能小説」が付録に！
- 特集その2 『特命教師 瞳』の小説が連載スタート！（原作・colors 著・鈴木忍）黒木雅弘氏の描き下ろしカラーイラストもあり！
- 特集その3 大人気！「エンジェルシード」と「魔が堕ちる夜」描き下ろしカラーイラスト！さらに「魔が堕ちる夜2」の第一章を先行公開！
- 特集その4 誰でも女の子になりたいという願望はあるの……初めての女装マニュアル！
- 特集その5 ファミコン生誕20周年記念！　任天堂「裏」ソフト特集！

二次元ドリームマガジン 2D DREAM MAGAZINE

2004年4月号 Vol.15
2月17日 発売予定！
定価:890円（税込）

公式サイト◆http://www.microgroup.co.jp/novel/

編集・発行 株式会社キルタイムコミュニケーション　〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
TEL:03-3555-3431（販売）FAX:03-3551-1208

Korea's Game Trend

韓国ゲーム電文

第16回

text by テリョン

次世代オンラインゲームのキーワードは〝民主主義〟!?



はたして『RO』産みの親キム・ハッキュ氏はオンラインゲームの新たなる地平を見せてくれるか？（写真：『RO』より）

『ラグナロクオンライン』の制作者が放つ一大プロジェクト

こんにちは、テリョンです。韓国で今もっとも人気のあるオンラインゲームといえば、『ラグナロクオンライン(以下RO)』。最近では桜が咲いていたり、忍者やひとつ目小僧、唐傘お化けなどの和風なモンスターが出現する、アマツという和風フィールドも登場しました。いかがでしょうか？

韓国人、そして韓国のゲームメーカーから見た日本というのは。日本でプレイされている皆さんに、ぜひとも正直な感想を聞かせて頂きたいところです。

さて、その『RO』の産みの親にして韓国における代表的ゲームクリエイターのグラビティ元社長キム・ハッキュ氏は、02年9月、オトナの事情故に自分が設立したグラビティを退社。その後しばしの休息期間を経て、03年3月に新たなメーカー“IMC”を設立しました。

キム氏が現在準備しているプロジェクトは、05年のゲーム市場に狙いを定めたオンラインゲーム、『リパブリカー(仮称)』。次世代ゲーム環境に対応した3Dグラフィックを駆使する作品として、夏にクローズベータテスト、秋にオープンベータサービスを実施するのを目標に現在鋭意開発中です。

そしてこのゲームの開発に韓国の大手ゲームパブリッシャーのハンビットソフトが、45億ウォン(約4億5000万円)を投資し『リパブリカー（仮称)』の全世界版権とIMCの持株40%を取得したと明らかにしたのは、03年11月17日のこと。同社が自社開発オンラインゲーム『タントラ』で失敗し、その代替となるタイトルを切望していたことを考えても、05年商用化“予定”のゲームに45億ウォンを投資するというのは昨今の経済状況を見ればほとんどバクチに等しいと言えるでしょう。それを実現させた要因は、キム氏と『リパブリカー(仮称)』の持つ可能性ではないでしょうか。

ゲームのテーマは、なんと民主主義。タイトルは共和制を意味する英語のリパブリック(Republic)から取り、舞台もまたヨーロッパで共和制が台頭し始めた17～18世紀の地中海に設定されました。

キム社長は「今までのものとはまったく違う、オンラインゲームの限界を克服できるものを作りたいと思った。新しいゲームには政治や経済など、全く新しい要素をゲーム的にアレンジして取り入れるつもりだ」と語っています。

さらに一例として、昨年の韓国における大統領選挙について言及しました。「期間中は候補者に関する議論が常に巻き起こり、国中がお祭りのような雰囲気だった。そのエネルギーをゲームに取り入れることは出来ないだろうかと考えた。それが実現すればオンラインゲームの可能性は無限に広がるはずだ」（キム）

このゲームのテーマでもある民主主義とはいったい何だと思う？　という質問に対する答えは次のようなものでした。「民主主義がはたして何なのかは私にも分からない。新作を2～3年ぐらい運営してみれば、解答が見えてくるんじゃないかと思う」

※この原稿は韓国人のライターが日本語で書いています!!

ゲーム業界人の切ない生き様がよくわかる！
下請け制作会社一筋の著者が贈る　連載第17回！

悲しく 楽しい ゲーム業界 裏事情

Written by
橋本和明

本誌でこの連載が始まってからも、ゲーム業界は縮小傾向が続いている。小粒の良品や斬新な新作など実験作に近い歌舞いたソフトが姿を消し、小さな店舗の棚には、『2』や『3』、しまいには『12』など、シリーズものばかりが狭い場所を埋め尽くすようになった。ウチの会社も衰退の一途をたどっており、借金は増え続け、どうやって会社を畳もうか毎日考えている。未払いが多すぎて、こちらが外注に払う金額だけでも潰れそうな今日この頃……。ゲームの仕事というだけで警戒してしまう昨今である。では、なぜ未払いや未回収が多く生まれるのだろうか？

第17回 クソを作らせられる開発会社の憂い

Case 1 わがままサンドイッチになる下請け担当者

発注額を10万円削ったって、自分の給料が上がるわけじゃない。けれどその10万円があったら、できることはたくさんある。だけど、だいたい仕事を発注する担当者っていうのは金額を削りたがる。安い金額で、良いものを作れるのが優秀だと思われているからだ。しかしモノには限界がある。「あのときこう言ったよね。だからここもやってくれるんでしょ？」「そんなこと言ってないですよ！」結局、外注先担当者と発注元担当者は、予算と出来上がりの足のすくい合いで、ゲームであることを忘れてしまう。良いゲームを作ることにはまったく関心がなくなっている、という構図になる。

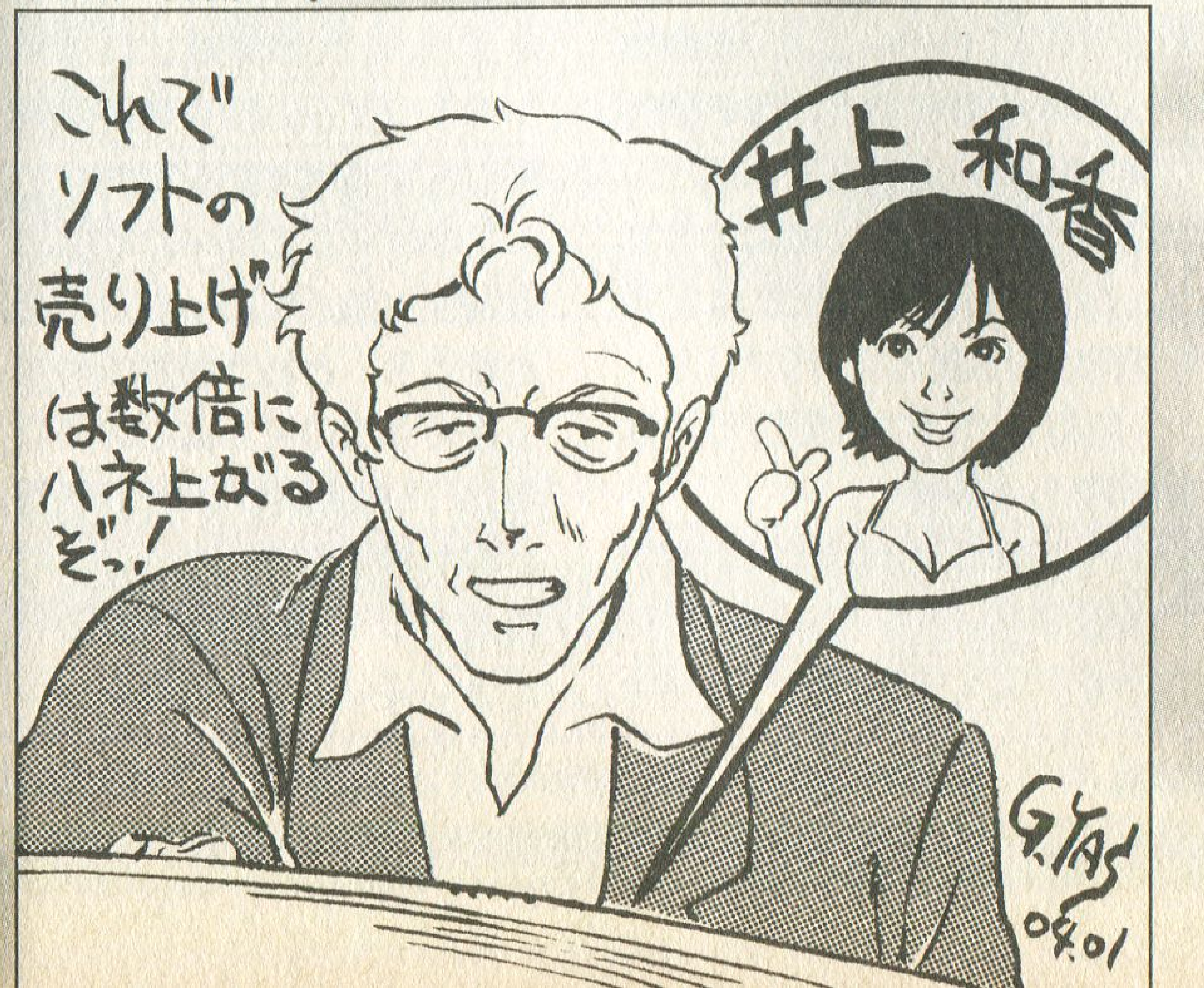
Case 2 低予算でやりたくないものを作り続けさせられる現場作業員

外注に振られる仕事なんていうのは、たいていが力作業だ。クリエイティブではない。クリエイティブというのはつまり自分しかできない、他の代替が利かない作業のことだが、今では、そんな仕事がゲーム制作にありえるとは思えない。だからか、仕事が少ない昨今は、出来上がってからグチグチ言う発注元が非常に多い。「あれもこれもやってくれ。こんなことも……」と。納期は着々と迫っているにもかかわらず、である。そもそもギリギリにしかゲームが動かないようになったのは発注価格が安すぎるから。しまいには要望どおり作らないと「納品拒否」とか、納期がはみ出ると「罰金」とか……。

Case 3 納得のいく仕事ができないクリエイター

プログラムなど凝れば凝るほど金のかかる力作業はまだいい。音楽やCGなど感覚で出来がわかってしまうジャンルは、もっとひどい。スピード命のキャラ版権を主体にしたソフトでは、元にどれだけ似ているかが問われるが、担当者が同じような絵を描き続ける故に「この絵似てないから全部やり直し！」とか言い出す。そんなことしたら倒産するぞ。そもそも、その絵は君の会社の作品からぶっこ抜いて、縮小しただけだよ、みたいな……。発注元の担当者も、何を作っても売れないから、何がいいのか、わからなくなっている節もある。けど「たたけばクオリティが上がる」と思われても……。

イラスト：安本豪 "Ieye"



結局「不景気」がお金を削り、当たらないから良くないとたたいてみる。で、どれがいいのかわからずじまい。さらに言えば、昔なら未経験のところにやらせてみるか、人手もないし、みたいな時代もあって、仕事の多様さもあったけど、今は同じような仕事しか取りにくい。１度やったものは使い回すことで安く作れるから。そんなわけで、結局クリエイティブな場所を望んでいた人も、機械的な作業をさせられることになる。景気が良くなるまでは小さくなってるのがいいのかも。なんて信じ続ければ、いつかは良い業界に戻るのでしょうか。

優雅である、美麗である。しかしみんな騙されてるんじゃないだろうか？
というかまともな精神状態なのだろうか。
血気溢る戦場である。襲いかかる敵軍。こちらの武器は「笛」である。
一人ぐらい冷静な兵士が甄姫に言ってもおかしくないと思うのだ。
「笛じゃないか」と。つられて吹き飛んでた兵士も我に帰るんじゃないだろうか。
笛だと認識されてしまえば事は深刻だ。そんな物でぶたれたとしてどうだというんだ。
「痛いじゃないか」と真顔で返されたら甄姫自身危機である。
笛で殴る。東西を見渡しそんな事をするのは小学生と相場は決まっている。



やはり笛は吹く物だ。　甄姫は笛を吹く。吹き飛ぶ兵士。だからなんでだ。
「耐えられない程ヘタ」だとしたらどうか。ジャイアンか。俺の笛を聴け！か。
「超音波が出る」これもどうかと思う。どんな笛だっつー話だし味方に影響は無いのかとか色々不安だ。
「ちょうおんぱ」と平仮名で表記すれば性薄の匂いがするが平仮名で書く必要は全然無い。
個人的にもう一つ心配なのが「笛には唾が溜まる」という事である。
曹操が休み時間にこっそり舐めてたらどうするんだ。　益々小学生じゃないか。
そんな悲劇を生むのも一重に笛のせいである。

Tomoharu Saito Presents

ゲーム淑女録

甄姫（真・三國無双3　猛将伝）

ジ タクティカルアクション　メ コーエー
機 PS2　¥4,280円　発 03年9月25日

緊急レポート

デジキューブ、破産！

text by 武田丸男

『FF』の発売延期によるものが大きいと言われる今回の破産劇 それにより起こりえるコンビニ流通の今後とデジキューブが担っていた役割に迫る

24時間、年中無休で営業をしていることから、深夜や休日などの、いつでも思い立った時に近所のコンビニエンス・ストア（以下コンビニ）でゲームやメモリーカードなどの周辺機器が購入できるという利便性が受け入れられ、デジキューブの推進するビジネス＝コンビニでのTVゲーム関連商材の販売は、97年1月の『ファイナルファンタジーⅦ』をキッカケにして、ゲームファンはもとより、コンビニに来店する多くの一般層に対しても、一気に、そしてすっかりと定着をしたかのように見えていた。

人気ソフトを購入するためには、かつては早朝から店頭に行列を作らなければならなかったことが、予約をキチンとしておきさえすれば、学校や会社の行き帰りの途中で購入することができたり、コンビニでしか入手することができない予約特典がついていたり、深夜にメモカを購入したりと、コンビニでゲーム類を購入することは僕たちの生活の中にも根付いていたようだったのだが……。

負債総額95億円

ところが昨年の11月26日、創業以来7年余という、企業の生命としてはあっけないほどの短命でデジキューブはそのビジネスに終止符を打った。

コンビニの店頭に設置した情報端末事業からの撤退、ゲームソフトの販売低迷などの影響から95億円という負債を抱えてしまったこと、今後それらの事業が好転する見込みが立たないことなどから、民事再生などの巻き返しを図ることなく、自ら破産の道を選んでしまったデジキューブであるが、半ば独占的に『FF』の販売を行ったり、深夜にもゲームソフトを購入することができる、というユーザー側にとってのインパクト以外にも、スクウェアの子会社としてスタートした同社は、創業から記録的な短期間で株式の公開を果たしたり、ひと株が数百万円で取引されるなど、TVゲームには関係のない一般のビジネスの世界でも〝話題の企業〟であった。

一時期、自らメーカーとしてソフトのリリースも行っていたり、コンビニの店頭での音楽配信を手がけようと試みたり、ゲームの卸以外にもさまざまな話題を提供していたデジキューブであるが、突然の破産＝消滅ということで、その中核を成していたコンビニでのゲームなどの販売は、今後どうなってしまうのだろうか？

本業でもあったコンビニへのゲームなどの卸販売という、一般のユーザーからは見え難いいくつかの点を整理することから、今後の〝コンビニでのゲームの販売〟について考えてみた。

中間卸売業者とは？

中間卸売業者とは、その名の通り、販売店とメーカーとの中間にあって、メーカーから仕入れた商品を消費者に直面している販売店に卸売りをする企業のことで、全国の販売店に円滑に商品を配送したり、品切れによる販売ロスなどを未然に防ぐために商品在庫をキープするなど、一般的には問屋と

いう呼称で理解されている業種であるが、インターネットの普及により受発注に関する情報の簡略化や物流（運送）の分業化が格段に整備されつつある今日、その存在意義が薄れつつあることは確かである。ゲーム業界においても、スーパーファミコン時代までは任天堂の問屋関係者で組織されていた〝初心会〟が有名であったが、ゲームソフトの主流が短期間にリピート生産が可能なCD－ROMに移行してからは、問屋機能で大きなウェイトを占める在庫の保有という業務が有名無実化してしまったため、その存在意義は大きく変わってしまっている。

　ゲームメーカーとコンビニの中間に位置していたデジキューブも業態的には卸売業者であるが、コンビニでのゲーム関連商材の販売をメーカーと直接につながっている一般のゲーム専門店などと互角以上に展開させる必要から、物流スキームなどに向けた膨大な投資が昨今のゲーム販売の不振に堪えられなかったことは、今日の結果を導き出した大きな要因だろう。

膨らむ在庫

日本国中に急激に拡大したコンビニは全国に五万店以上あるといわれており、現代人の日常生活のさまざまなシーンで、その存在価値は非常に大きなものとなっている。コンビニがなければ生活が成り立たない人も多くいるだろう。デジキューブが取引をしていたコンビニは最大手のセブンイレブン、ファミリーマートなど、全国で二万数千軒といわれていた。

　コンビニの各店舗には、それぞれにオーナー（経営者）がおり、本部からの店舗運営に関するノウハウや商品仕入れについてのアドバイスを受けながら店舗の経営を進めている。そのための〝のれん代〟が本部の経営資源になるのだが、一説に数万点と言われるコンビニで販売されている商品群の中で売れ残り商品を仕入れ元（問屋やメーカー）へ返品することができるのは雑誌などの本類以外にはゲーム関連商品しかないという。雑誌類は、一部の特殊なものを除いては、再販売価格維持制度で法律的な取り決めがされているのだが、ゲームについては、メーカーとデジキューブとの間で取り交わされた返品条件は、店舗にはほとんど効力がないものであったようだ。つまり、返品条件以上に売れ残ってしまったゲームは、在庫リスクを持たないコンビニの店舗から返品されこそすれ、それをメーカーには戻すことができない、デジキューブの在庫となってしまっていたのだ。それらが雪ダルマ式に膨大な在庫になってしまっていただろうことは、今日のゲーム市場の低迷からも想像に難くない。



今回の破産劇はゲーム業界内にとどまらず、一般の方々にも大きな衝撃として伝わった

今後の展開は？

それでは同社の消滅後、コンビニでのゲームソフトの販売は今後どうなってしまうのだろうか？

　これまでにコンビニで販売されていたゲームソフトには、いくつかの特徴が見受けられた。

　任天堂やコナミのタイトルがほとんどないことも挙げられるが、それ以外の著名メーカーの著名タイトルが多い、ということである。ゲーム専門店とは違いゲームの販売スペースが限られているために、取扱いタイトル数に制限が出てしまうのだが、一般客が多いコンビニでも、誰もが知っている著名タイトルが品ぞろえの中心になることは当然のことである。今後のコンビニでの展開も、ますます大型タイトルやメモカなどの消耗品に特化していくことになるだろう。デジキューブに代わる卸売業者の出現はさまざまな点から困難なようだ。しかし、ゲーム産業のためにもコンビニでの販売の灯は消さないでもらいたい。

急な離脱者に四苦八苦するのも、
また「プロジェクト」である

Produced by 米光一成

ゲーム制作

プロジェクトX

PROJECT X

~インディーズゲームへの挑戦者~

第9話
Run Away

これはちょっと予想外だったんじゃないか！　いきなり失跡したデザイナーを捜索しつつインディーズゲームの世界へいっそ飛び込んでみるとかどうよ!!

デザイナーが消えた！

ぎゃっ！　どうしよう！　テンポはゆったりだが、大したトラブルもピンチもなくやってきたこのプロジェクト。始まって以来、最大の危機に見舞われた。

前回、2回目の打ち合わせ兼呑み会で、みんなの結束が高まったと思っていたのだが、どうやらそうではなかったらしい。

必要なグラフィックスを割り出して、デザイナーのKたん（いちおー仮名にしました！）には、モンスターのちびキャラをお願いするってことで、敵の設定などと一緒に、次のようなメールを出した。

「とりあえず何体か描いてください。アニメーションは、なしで、1パターンだけでいくか、2パターンで、バタバタぐらいの感じでいいと思うのだけど、どう？ 20日ぐらい締めで、どーでしょ」

リアクション、ない。20日になっても一切ない。で、再度メールを出す。ノーリアクションである。以前、メールを全然見てなくて、電話したら「最近メール見てなかったんですよー。今度からちゃんと見るようにします」って言われたことがあったので、心配になる。携帯へ電話してみる。出ない。

次の日もかけてみる……出ない。メールも、また出してみる。リアクションは……ない。

ゲームデザイナーの友達と呑んでたとき、あまり元気がないので、「どうした？」と聞いたら、「いやぁ、プログラマーが逃げちゃって」と答えが返ってきたことがある。

プロジェクトの後半。プログラマーが失跡。もちろんメールも電話もつながらなくて、家に行っても居ない。手をつくして捜して、実家に逃げ帰っていたことがわかった。

その時の友達の顔を思い出した。なんでもないような口調、ちょっと笑い出してもいいのではないかという雰囲気すら漂わせながら、「いやぁ、プログラマーが逃げちゃって」と言ったときの友達の疲れた顔を……。

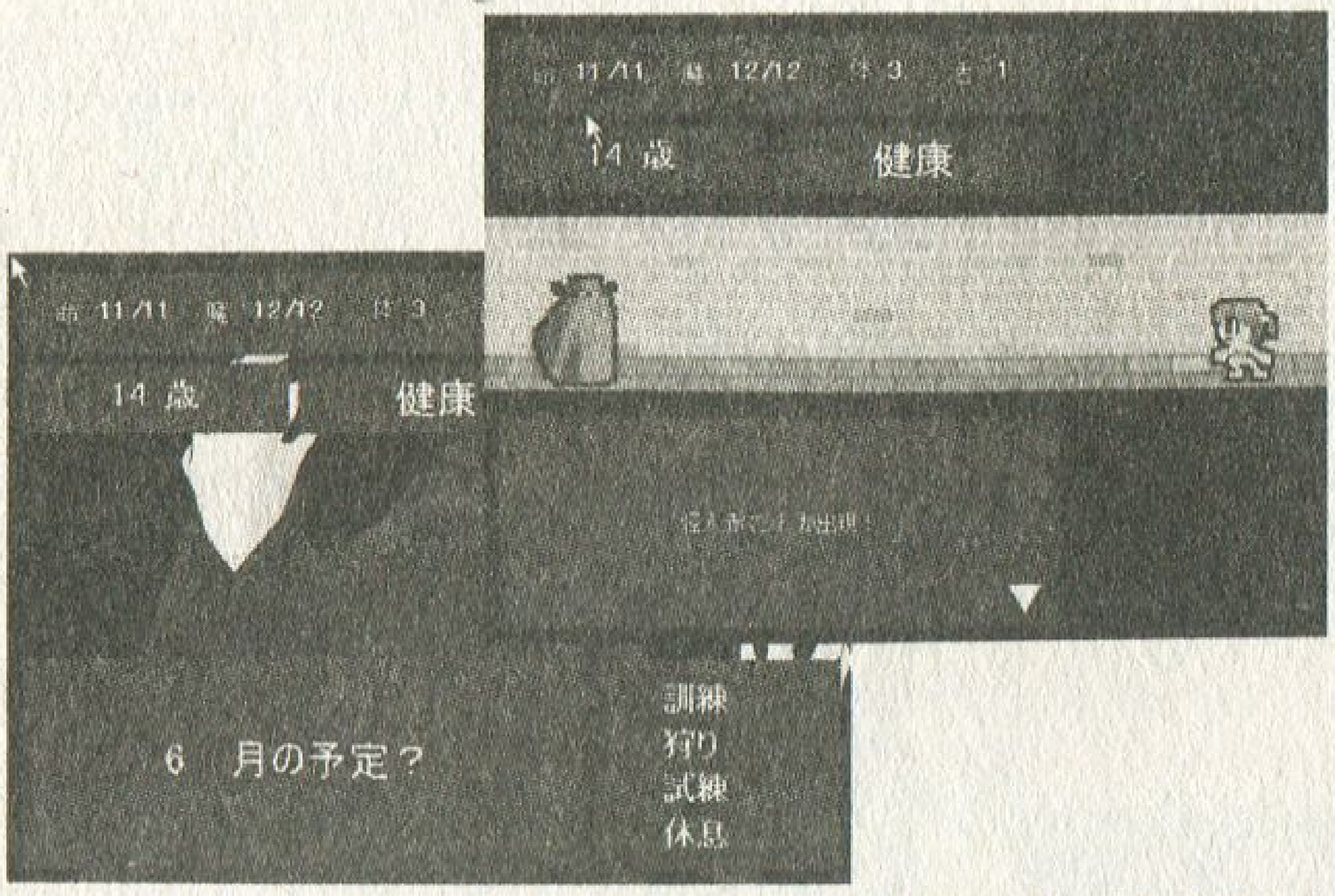
いや、今回のケースが、どうなのかは、いまだにわかっていない。実は、Kたんがどこに住んでいるのか知らない。捜しにいってない。電話とメールで度々連絡してもつながらないというだけだ。Kたんはゲーム会社に勤めているので、仕事が猛烈に忙しくなって会社に缶詰め状態なのかもしれない。ともかく、一切連絡がつかなくなってしまった。

こうなってしまうと、弱い。会社で日々あっているわけでもないし、定例会をしているでもない。連絡の主な手段はメールだけだった。必要な時に必要なタイミングで連絡するというのは、無駄がないし、効率が良いと思う。メールって便利だなぁとつくづく思う。だけども、こういう時に弱い。定

期的に会っていたら、それが、ただ進行を確認するだけだったり、雑談するだけだったりしたとしても、もしかしたら違ったのかもしれない、と思う。車のハンドルに遊びが必要なように、一見無駄だと思われるような何か（何と呼べばいいのか、遊び？　余裕？　脱線？）が必要だったのかもしれない。

それでもゲーム制作は続く

結局、12月になっても連絡はつかなかった。



現在のゲームはこんな感じで進んでおるよー。編集さん曰く「毎回変わってますよね」とか

大きいサイズのグラフィックスは、もう1人のデザイナー・ニノ宮たんにお願いするとしても、ちびキャラまでは手が回らないだろう。どうしよう？　ということで、プログラマーのババラたんに相談。メールでは難しいので、電話。

絵のうまいほかの友人にお互い当たってみることにする。それと同時に、敵などのちびキャラをババラたんが描くという案も出る。ババラたんは、Ｆｌａｓｈゲームを作っていて、ちびキャラの絵は得意なのである。というか、可能なればババラたんがちびキャラの絵を描いてくれるといいものになるなぁーと、ぼくは思っていたのだ。ババラたんが作ったＦｌａｓｈゲームのちびキャラはとても味があって、いい！　のである。

でも、プログラムもあるから、大変だし、ちょっと言い出しづらいなぁー、どうしようかなぁーと悩んでいたのだけど、ババラたんのほうからそう提案してくれたので、ぜひぜひ！　ということに。

デザイナー失跡トラブルは、まぁ原稿のネタを身をていして提供してくれたと、前向きに考えることにして、ゲーム制作を進行する。

現在までの進行状況をお伝えしておこう。

前回報告した「編集の遠藤たん乱入事件」によって提案された「画面もうちょっと大きくしてよー」などの要素を導入し、レイアウトも再度検討。訓練コマンドの順番と、それによって変化するパラメータの順番がちぐはぐになっていた部分をそろえたり、コマンド入力のときに不要にカーソルを大きく移動させなくちゃならない部分などをなるべく移動量が少なく遊びやすくなるように、など改善を施した。

さらにニノ宮たんからは、オープニングや、大きいサイズのキャラクターのグラフィックスが上がってきた。

ちびキャラは、結局、ババラたんが描いてくれた。最初、仮グラフィックスということで、ラフな殴り描き風のちびキャラを描いてくれたのだけど、ぼくはそれをいたく気にいって、「これでいこう！」と主張。「いや、これはいくらなんでも」とババラたん。ちゃんとしたものを描いて比べることになった。「あんな絵で正式リリースされたら首吊って死ぬます」（メールにはこうありました。本当は「死に」だろうけど……）発言も飛び出し、改訂版ちびキャラも好評だということもあって、最終的には改訂版ちびキャラでいくことになった。

そういった大ざっぱな基礎要素が入ったバージョンが完成。もちろんまだまだ未完成な部分もあり、ここから面白さがちゃんと伝わるように作り上げなくてはならない。がんばります。

次回予告

次号、完成！　しているといいな。するかな。まだまだやらなきゃならないことは多々あるので不安であるが、どんどん進めていくだけである。乞御期待！

複眼視点

Produced by 武田丸男

良い年になりますように！

日本国中を覆ってしまっている感のある出口の見えない景気の停滞。ゲーム業界も例外ではなく、国内の市場規模は前年を上回ることができないマイナス成長が何年もつづいている。ゲーム業界、今年はどうなるのだろう！

第24回 2004年、今年はどうなる？

真冬のシベリア高気圧から吹き寄せる北風以上に厳しい寒さを感じさせる昨今のテレビゲーム業界。〝ファミコン20周年〟や〝オンラインゲーム元年〟、〝PSXの発売〟など、一見マスコミ受けする、にぎやかそうな話題で盛り上がりの気配を感じさせた昨年も、メーカーの合併、関連企業の破産などと終わってみれば業界にとっては、これまで以上に厳しい状況がさらに深刻化しつつあったようだ。新しい年にも（現時点では）明るいニュースが聞こえてはこない。それどころか、各ハードメーカーの次世代機戦略が来年に見込まれているために、その前年にあたる今年は昨年以上の厳しい強風が吹きすさぶことが予想されている。一向に回復の兆しが見えない日本社会全体の市況と相まって、今年もテレビゲーム業界に厳しい状況は続いていくのだろうか？　ゲームソフトとハードウェア（ゲーム機）、テレビゲームを支える両輪への今年に寄せる期待について、ゲームプレイヤー、業界関係者双方の視点で今年を展望する。

ユーザー代表

〝ゲーム〟はどうなる？

（アキラ／20歳／学生）

テレビ番組の視聴率を上げるためにプロデューサーが関係者に対して買収工作を行い、本来は広告スポンサーの獲得材料のためでしかなかった視聴率という数字の高低を一般人が話題にしたりする。雑誌やテレビ番組の中でも〝売れ筋商品〟や〝人気ランキング〟といった「商品紹介」のパブリシティばかりが注目をされている。

　みんなは何に関心があるのだろう？　何を持っているのだろう？　どう思っているのだろう？　などと、他人が〝どうしているのだろう？〟といったことばかりを気にしているけれど、テレビゲームに代表されるような〝個人の楽しみのためのコンテンツ〟は、結果的に人気が集中してしまったソフト＝売れているソフト、ということでいいのではないでしょうか？

　ファミコン20周年と言われていた昨年も、大きなニュースもなく過ぎました。そしてテレビゲームは20年の月日を経ることによって〝子どものオモチャ〟や〝マニア向け商品〟から〝普通の人たちの普通の商品〟に変化してきたような気がします。それは〝市場が成熟した〟ということなのかもしれませんが、テレビゲームが21年目を迎える今年、私たちの周囲のゲームは、どのように変化をするのか考えてみました。

ゲームソフト

　ゲームソフトに対しての今年最大の関心事は、個人的にはなんと言っても『DQⅧ』は発売されるのか？　に尽きます。『FF』シリーズ最新作にも興味はありますが、スタッフが入れ替わって企画開発されているシリーズよりも、柱となるメンバーが20年近くも変わらずに創られているシリーズに関心が高まるというのは自然なことではないでしょうか？

複眼視点

で、その『DQⅧ』ですが、一昨年秋に発売、というよりも開発中であることが発表されて以降、何枚かのゲーム画面が雑誌などで公開されてはいますが、相変わらず、これといって目立った動きを見ることができません。昨年の正月には銭湯の中で老人が叫ぶ奇妙なテレビCMが放送されたりしましたが、今年はおそらくCMは流れないのだろうと思います。というのは、同じ会社からもう1つのRPGが発売されることになっていること、そのソフトが当初の発売予定（今年3月）から夏に延期されてしまったために『DQⅤ』のPS2版が発売されることになったためです。これらの予想は〝耳年増〟になってしまった私の独断ではありますが、人気タイトルが集中してしまったためにテレビゲームの話題も沈静化してしまうのではないかと心配です。

ほかのソフトについては、ここ何年もオリジナル新作の売れ行きが悪くなってしまっているために、各メーカーがシリーズ作品に注力しすぎるあまり、オリジナル新作の登場が困難になってしまう傾向は今年も続いてしまうのでしょう。このことは、人気作品ばかりに話題が集中してしまう〝一般商品〟にゲームソフトもなってしまったことの弊害と言えるのではないでしょうか？　2月に発売が予定されている『戦国無双』も新作か続編かの微妙なポイントを突いてきていますが、期待の新作でもあります。

シリーズ化以上にメーカーの方々が頭を痛めていると思われるのが、ゲームソフトの価格設定なのではないでしょうか？　中古ソフトの販売が一般的になりつつある今日、少しでも新品の売れ行きを伸ばそうとメーカーの方々もアレコレと考えていらっしゃるようですが、私たちが純粋に欲しいのは面白いゲームソフトだということを忘れないでください……。


ファミコン20周年を感じることができた数少ないイベントのひとつに「レベルX」があった

ゲーム機（ハード）

一方、ゲーム機の分野における今年最大の関心事は、ソニーが年末に発売すると公表している携帯機＝PSPです。昨年末にモデルが公開されましたが、機能などはほとんどわかっていないようです。唯一の商品情報として昨春にアメリカで発表された際にSCEの社長の口から飛び出した、「ライバルは携帯電話」という言葉が気になっています。おそらく機能的にはほとんどゲーム機と言えないのでしょうが、ほかに呼びようがないために〝携帯型ゲーム機〟とされてしまい、結果として今日のPS2のように、専用ゲーム機以外の楽しみ方＝映画などのDVD再生機としての使用方法が主流になってしまったためにマスコミから「ゲームが売れない」などという報道がPSPでもなされることを危惧します。同じ理由から、テレビゲームが一般商品になってしまったので市場が低迷してしまっているとも言われていると思うのですが、いかがでしょう？

いずれにしても、GB一色であった携帯ゲーム機分野へ久々にライバル機が登場するのは、ファンにとってもワクワクするニュースです（WSはライバルではなかったとは言いませんが……）。

各社のゲーム機の価格競争＝値下げ合戦は、今年は絶対にありえないでしょうし、特別な周辺機器なども、オンラインゲーム関連以外では出現しにくいことでしょう。ゲーム専用機でのオンライン接続が伸び悩んでいるようですが、PCとの差別化を図ろうとするあまり、狭い道に入り込んでしまっているような気がします。携帯電話のようにメール送受信やWebの閲覧など、普通に考えられているネットワーク機能を搭載していることは、一般商品としての〝道〟でもあると思うのですが……。

最悪の年にならないことを……。

（タケリン／46歳／業界歴16年）

スクウェアとエニックスの合併はゲーム業界だけにとどまらず、産業界全体にも驚きを与えた〝実力派メーカー同士の合併〟という、これまでには考えられなかった大型ニュースでスタートした昨年でしたが、終わってみれば〝何事もなく平穏のうちに幕を閉じた一年〟ということが言えるのではないでしょうか？

当然、といえば当然のことなのかもしれませんが、ゲームソフトの企画・開発力の充実＝面白さ、にとって必要なものは、独創的なアイディアやスタッフの技術力、やる気、チームワークなどであって、企業の大きさや資本金の大きさなどで判定されるものではありません。もともと両社はそれぞれの代表作と言われているRPG（スクウェアにとっては『FF』シリーズ、エニックスにとっては『DQ』シリーズ）に続く〝第2の作品〟を求められていたわけですが、それが、結果的には両社が合併したことで〝第3の作品〟にターゲットが移ったということに集約されてしまっているようです。

そこで、新しい年の展望を、まずソフトの分野から考えてみたいと思います。

ゲームソフト

昨年末の時点で判明している今年の有力タイトルで思い浮かべられるものは、言うまでもなく前述した二大RPGシリーズとなります。最初に登場するのは『DQⅤ』のようですが、常に新しさを提示する同シリーズであるだけに、SFC版からの移植とはいえ、〝何かやってくる〟といった期待が持てます。反対に疑問符がいくつかついてしまうのが、もう一方のシリーズの新作ではないでしょうか？

昨年11月に開催された発表会で公表された発売予定＝夏ということから推測（邪推？）するに、実際の発売は秋～年末、という時期にまでズレ込んでしまうのではないでしょうか？　特に根拠もなくはなはだ失礼な話かもしれませんが、周辺情報を集約していくと〝そんな雰囲気〟が漂っている気がします。その結果として一番に懸念されることは『DQ』シリーズの新作の登場時期です。根拠の希薄な話題を積み上げてしまうのは、さらに現実感が薄れてしまうことになってしまいますが、一方の遅れが、もう一方のスケジュールにも影響を及ぼしてしまうという〝弊害〟が、昨春の〝二大RPGメーカーの合併〟の際に懸念されていたことではあります。早速、その影響が出てきてしまうのでは、といった感覚を持っているのは私だけではないでしょう。

一部上場企業にとっては業績を安定的に伸長させていくことは社会的な使命でもあります。今年の4月から来年の3月までとなる今年度の一年間に、ひとつの企業から日本のテレビゲームを代表する二大シリーズの新作が発売される（来年度は発売されない）とは考えにくいのではないでしょうか？

業界が活性化することと関連企業の発展は比例することが望ましいとは思いますが、二大シリーズを一企業が抱えることの〝恐ろしさ〟が感じられてしまいます。

ところで、二大RPG以外のゲームはどうでしょう？

昨年発売された新作ソフトの中でミリオンセールスを達成したものは3作あると言われています。『FFX—2』、『ワールドサッカーウイニングイレブン7』、『真・三國無双3』ですが、最近の傾向を見事に反映しオリジナル作品はほとんど〝結果を出す〟ことができませんでした。この状況が今年も続くであろうことは想像に難くありませんが、特に次世代機の発売前年と言われる今年は、ソフトメーカーの方々にとっては同時に来年以降も視野に置かなければならないために、非常に厳しい一年になるのではないでしょうか？

いずれにしても二大RPGの動

複眼視点

向が大きな鍵を握る一年であることには間違いがありませんが、オリジナリティにあふれた新作の登場を期待してやみません。

次世代機の話題に触れたところで、ハードウェアの分野では、どのような展開が予想されるのでしょう？

ハードウェア

昨年は、ゲーム機の分野においては値下げ競争以外に競合がほとんど見られなかった一年でした。3種類のハードが〝競合〟しているはずなのに、優勝劣敗が明確になっていることもあって、無風状態とも言えるほどに静かな一年でありました。

そのためか、年明け早々のGBASPと年末のPSXの登場は、昨年の象徴的な事件とも言えます。

先に触れましたように、各社から〝次世代機の登場〟が来年になることを公表されている今年は、さらに静かな一年になるのではないでしょうか？　すでに任天堂は5月にアメリカで開催される〝E3〟で次世代機を公開すると宣言しており、SCEも年末に携帯機＝PSPを市場に投入することを発表しています。さらにマイクロソフトもSCEの次世代機の登場に合わせてXBOXの新機種を投入すると断言しています。

過去の事例から推測するまでもなく、E3に合わせた各社の情報合戦は熾烈を極めることになるのでしょう。その結果、来年に登場することになる次世代機への期待は、これまでのゲーム業界にはなかったほどに盛り上がりを見せることになるのでしょうが、反対に現行機への関心は、それらに反比例するように収縮してしまうことが心配されます。そのことがメーカーにとっては現行機向けの新たなゲームソフトの開発を消極的に、またプレイヤーにとっては来年のための買い控えにつながらなければよいのですが、来年に向けての期待が大きいとはいえ、最悪のベクトルを描いた場合に今年一年のゲーム業界は極めて厳しい局面を迎えなければならなくなってしまうのではないでしょうか？　次世代機の登場は来年の市場の明るい展望を期待させてくれることには違いないのですが、ゲーム機としての機能以外の複合的なスペックが搭載されるであろうことは、次世代機の〝姿〟として想像に難くありません。その時に次世代機は〝ゲーム機〟と呼ばれているのでしょうか？　いずれのメディアが中心に置かれても大した問題ではないのかもしれませんが、次世代機は〝ゲーム機〟であってほしいと思うのは私だけではないと思います。

その他

昨年末の大きな関心事となったのは、セガとサミーの合併とデジキューブの破産でした。市場規模や売上などの数値の増減も大きな関心事には違いないのですが、人間同士のつながりも含めて企業の合従連衡などの動向は、私たちにとってはよりリアリティの高いテーマです。今年こそは〝業界人〟の顔が明るい一年になることを祈念しておりますが、無理なのかなぁ……。

両者を俯瞰して

これまで業界をリードしてきた任天堂が、追う立場から展開を進める次世代ゲーム機戦争のスタートが、今年5月にアメリカで開催予定のE3会場となる。そこでは、プレイヤーも期待を寄せているPSPの詳細も公表されるだろう。据置き型ゲーム機で捲土重来を期す任天堂。これまで十年以上も任天堂の独擅場であった携帯ゲーム機市場に乗り込んでくるソニー。異なる市場の覇者同士が、一方の市場での覇権を求めて相互に勝負を挑んでくる展開は、産業界全体を見渡しても例を見いだすことができないほどに興味深い。さらにはマイクロソフトも戦いを挑んでくる。そこに展開するソフトの開発は、すでに水面下では活発化しようとしているが、その前に今年のソフトにも注目したい。両者が話題にしている『DQ』や『FF』のシリーズ作品だけでは、もう業界が成り立たないのだから……。

SNK vs ARUZE

TRIAL CHAOS

メーカー買収・倒産劇に端を発する巨額訴訟の行方

大阪地裁が下した中間判決により明らかになってきた、SNK倒産の裏事情、そしてアルゼの著作権・商標権侵害疑惑。その全容に鋭く迫る集中連載企画！

text by
松岡利康と
特別取材班

経営危機脱出、そして新たな飛躍を望んだＳＮＫ

1月15日、大阪地方裁判所でアミューズメント業界注目の裁判の中間判決が下りた。『サムライスピリッツ』『ザ・キング・オブ・ファイターズ』といったアーケード用格闘ゲームシリーズで知られ、01年4月に民事再生手続きを提出し、同年10月に破産したＳＮＫの継続会社、ＳＮＫプレイモア（大阪府吹田市）がパチスロ大手、アルゼ（東京都江東区）を著作権侵害で訴えていた裁判である。02年2月28日を皮切りにＳＮＫプレイモアが提起していた著作権侵害訴訟は全部で5件、賠償請求金額は56億４２４０万円という巨額のものだった。

肝心の判決は……ＳＮＫプレイモアの完全勝利である。争点が多岐にわたり、複雑だったためか、判決は、昨年12月から約1か月延期されていたが、「裁判所は常識的な判断を下した」というのが多くの関係者の見方である。

なお、今回の中間判決で侵害行為の認定を行い、損害賠償額の算定は後ほど行われる。

そもそも、どうして裁判が起きたのか、何が争点だったのか、私たちが入手した判決文を参照しながら、論を進めていきたい。

事の始まりは99年11月末までさかのぼる。ＳＮＫは窮地に陥っていた。２Ｄ対戦格闘を中心に、アーケード市場へ向け人気タイトルを続々と投入し一世を風靡したＳＮＫだったが、当面必要な１００億円近い運転資金の調達が難航していたのである。ＳＮＫのオーナー会長川崎英吉は資金繰りをあきらめかけていたが、そんなときにアルゼが資金提供を申し出たのである。

アルゼの岡田和生社長は、ＳＮＫに対し、50億円の資本参加、30億円の貸付を行えると言う。資本参加とは、ＳＮＫの株式を新規に発行（第三者割当増資）することである。ＳＮＫの株式は１株千円だった。50億円の資本参加といえば、５００万株に上る。当時のＳＮＫの発行株式数は４８３万株だから、アルゼはＳＮＫの株式の過半、50・88％を入手することになる。つまり、アルゼはＳＮＫの経営に責任を持ち、ＳＮＫはアルゼの子会社になるということだ。

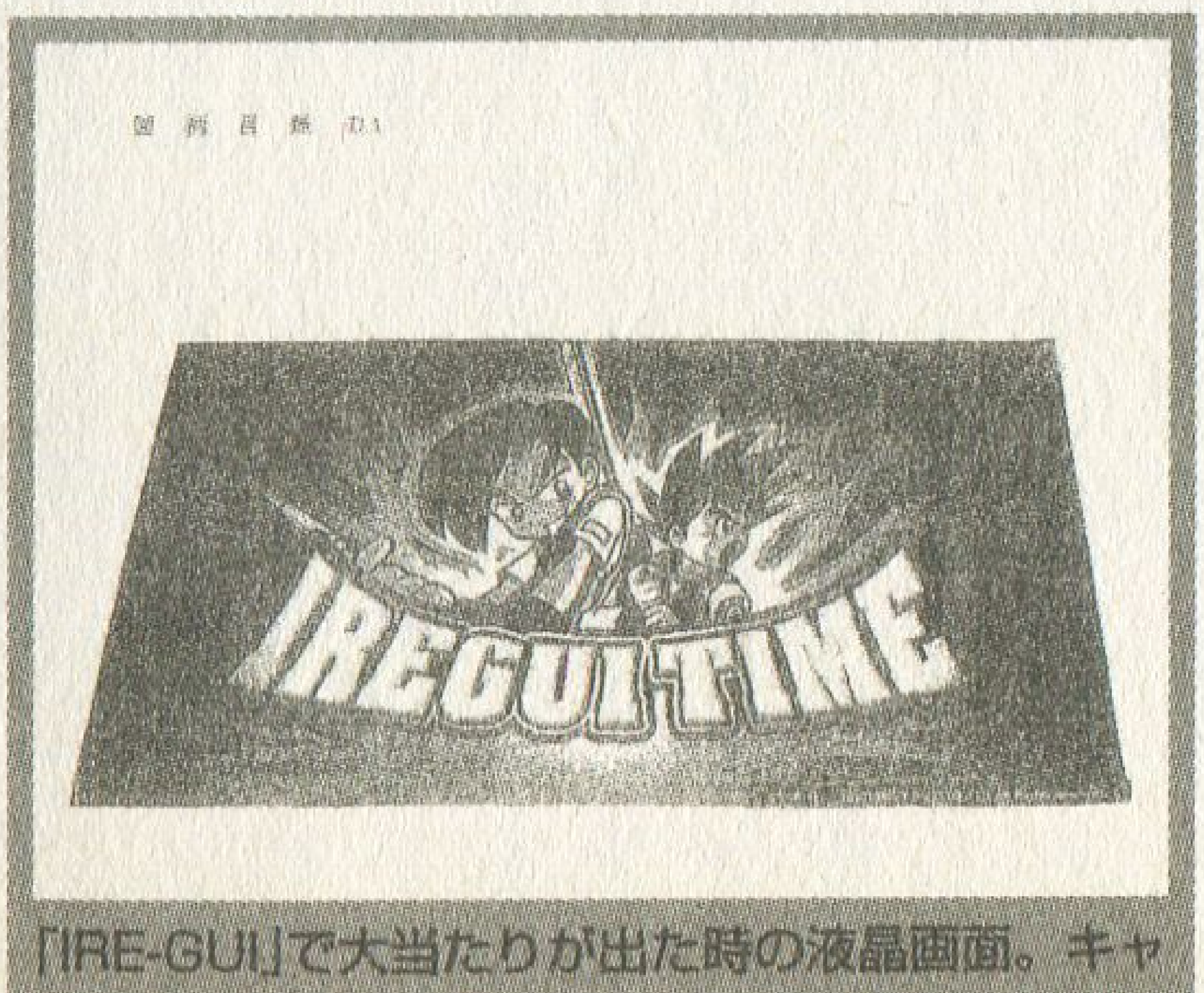
川崎は、岡田の申し入れを受け入れた。00年2月、ＳＮＫはアルゼの子会社となる。株式を公開できれば、銀行に頼らず株式市場から資金を調達しやすくなる。事業も飛躍的に拡大できる見込みだった。

倒産劇の裏に潜む疑惑、そして法廷闘争

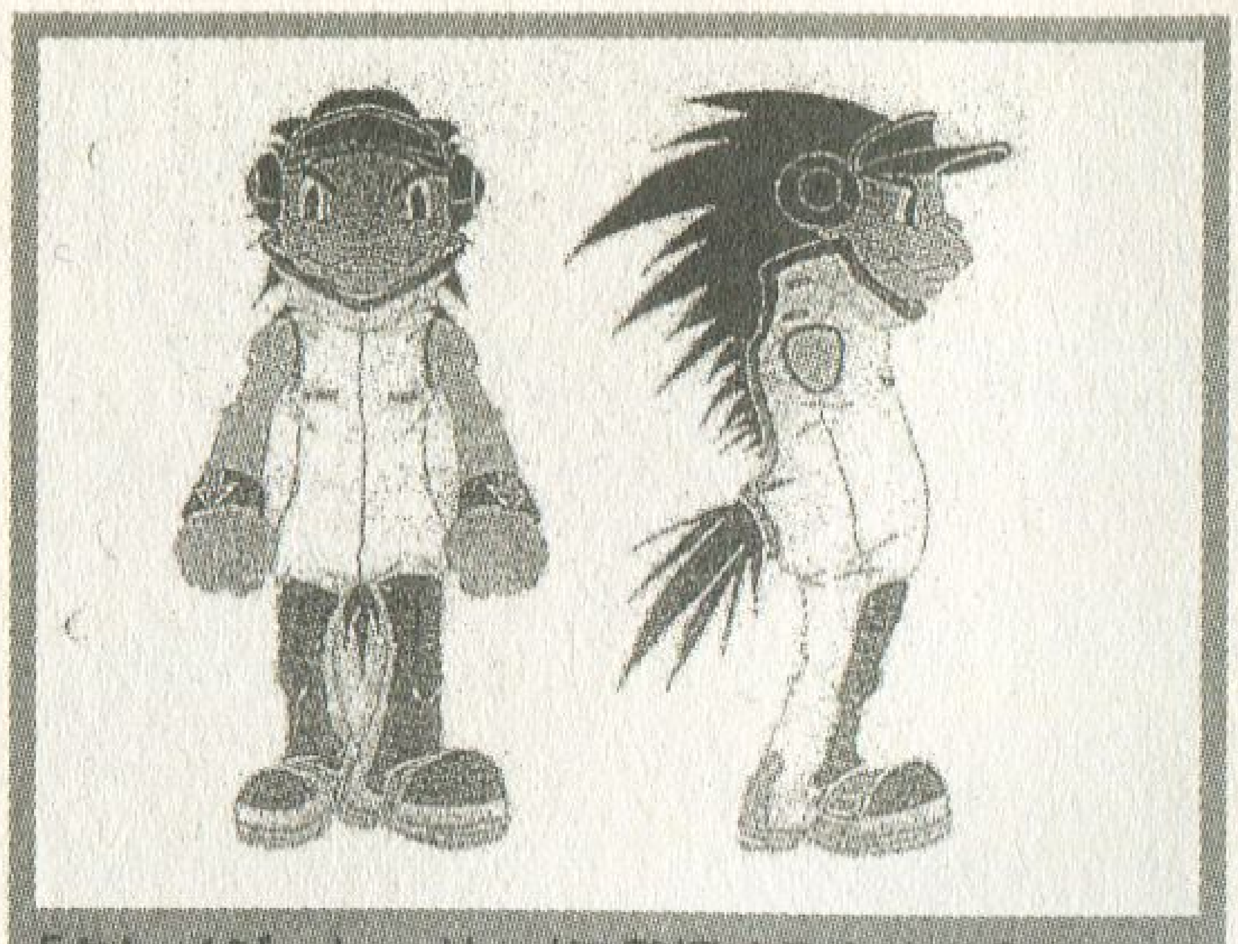
だが、ＳＮＫ、アルゼ両者の関係は次第に悪化する。

ＳＮＫの命運はアルゼが握っていたが、アルゼはＳＮＫの業績を悪化させ、ＳＮＫの開発スタッフを次々とアルゼに転籍させていった。結局、ＳＮＫは親会社であるアルゼによって倒産させられてしまう。ＳＮＫ側は「アルゼの目的は、そもそもＳＮＫの技術力を収奪することにあったのではないか。用が済んだから、倒産させたのではないか」といぶかった。

倒産したＳＮＫの資産は、01年10月30日に破産管財人を通じ、旧ＳＮＫの



「IRE-GUI」で大当たりが出た時の液晶画面。キャラクターは主人公の少年「アシノ」。「IRE-GUI」はブラックバス釣りを題材としている。



「クレイジーレーサー」に登場する主人公「アッシ」。ヤマアラシをイメージしている。未来社会でスピード狂同士が激しく競争するという世界観だ。

流れをくむプレイモアに競争入札で落札された。川崎らはプレイモアという新社号で（現在はSNKプレイモアと社名変更）再生を図っているが、アルゼに対する遺恨は並々ならない。そしてSNKプレイモアが攻勢に打って出た結果として起きたのが今回の裁判騒動である。SNKプレイモアによれば、同社は旧SNKの知的所有権をアルゼも参加した競争入札で一括して落札しているが、アルゼはSNKが開発し、本来SNKプレイモアが所有権を有しているはずのデザインの液晶プログラムを使用したパチスロ機を無断で販売したという。

問題となったのは、アルゼが01年9月に発売した「爆釣（バクチョウ）」、同年10月に発売した「クレイジーレーサーR」、および02年9月に発売した「IRE—GUI」の3機種。それに伴い、アルゼがPS2用ソフト『パチスロアルゼ王国6』同『7』にて、それぞれの機種のシミュレーションデータを入れたことから、裁判の数も増えている。さらにいえば、アルゼは訴えられているさなかに、それが解決していないにもかかわらず、SNKプレイモア側から訴えられることが十分に想定できる同様の商品を次々と販売し、その結果、裁判の数を増化させている。

「本件は訴訟進行中である下記事件の訴訟原因の大元である『IRE—GUI』そのものを、しかも©SNK2001と堂々と表記して販売し、さらに、格闘ゲームファンであれば誰でも知っている『餓狼伝説』シリーズや『ザ・キング・オブ・ファイターズ』の著名キャラクター『テリー・ボガード』と『不知火 舞』をプレミアムキャラとして使用し、その著作権の所有者であるプレイモアの権利侵害は極めて明らかであり、（中略）公開企業としてあるまじきその悪意に満ちた行為を抑止すべく被告らの利益の全額を請求した」（02年10月28日付プレイモア（現・SNKプレイモア）のプレスリリースより）

パチスロ雑誌「実践！スロッター勝利の掟」（02年12月号）はこれを評して次のようにコメントしている。

「やっぱり訴えられたというのが……なんというか、常識的な企業のやることとは到底思えない。

訴訟といえばアルゼが訴える側となっているサミーへの各パチスロ特許裁判が有名だが、言いがかりに近い裁判を乱発しつつ自社は著作権侵害。法とは何かを考え直す必要があるだろう」

両者の間に何が起こったのか

さて、判決文をひもといてみよう。

話はやや込み入っているが、裁判所による事実経過の認定を追うことで、SNKとアルゼとの間に何が起きていたのかを浮き彫りにしていきたい。

業績が悪化し、財政状態も悪化したSNKは、02年1月アルゼに第三者割当増資を行い、アルゼの子会社となった。アルゼ・岡田社長もSNKの取締役会に迎えられ、SNKは事業活動のみならず人事権もアルゼの承認を受ける立場となった。

同年3月頃からは、SNKの事業の柱は、ゲームソフトからパチンコ、パチスロの開発に転向することが決定。新たにP&P開発部を設置した。SNK従業員は大阪本社から、東京のアルゼ本社社屋へ派遣され、その一角でパチスロ機の開発に当たることになった。SNK従業員の給与、出張旅費、社宅経費のすべてはSNKが負担、人事もSNK大阪本社が管理していた。アルゼ社屋で働くSNK社員は「SNKパチスロ制作チーム」と呼ばれ、企画書の書類などは「SNK」のロゴが入ったものを利用していた。以上は、SNK社員が作ったデザインは、SNK、アルゼのどちらの著作物になるかを判断するうえで重要なポイントである。

SNK従業員が最初に手がけたのは『サムライスピリッツ』を題材にしたパチスロ機。その後、SNK従業員は2D映像を手がける「2Dチーム」と3D映像を手がける「3Dチーム」に分かれる。このうち3Dチームが企画立案したのが「クレイジーレーサー」だった。00年5月頃にアルゼの坂本剛一開発本部長（当時）の了承を得て、映像制作が開始された。

前出2Dチームもやはり時期を同じくして、パチスロのレバーをルアーに見立て、釣りをテーマにしたパチスロ機「IRE—GUI」の企画を立案。坂本開発本部長の了承を得て、制作に着手する。「IRE—GUI」の液晶画面には「©SNK2001」という文字列のほか、登場人物の服にネオジオポケ



10年近くの長きにわたってファンから支持され続けてきた『キング・オブ・ファイターズ』シリーズ。キャラクターの商品価値は計り知れない。

ットのロゴも入っていた。これを指示したのはSNK映像制作第1課の沖課長代理（当時）だった。アルゼの傘下に入り、アルゼ社内で勤務していたSNK従業員だったが、自らの出自やゲーム屋としての矜持を捨てたわけではなかったのだ。

「IRE—GUI」の液晶画面制御プログラムは01年2月22日までに完成したが、アルゼはこれの発売を延期した。「IRE—GUI」に改変を加え、新しく「爆釣」というパチスロ機を制作することになったためである。「爆釣」はSNK従業員が筐体デザインを担当し完成させ、01年5月アルゼに引き渡している。

これらのパチスロ機は、その後発売されるが、著作権問題が浮上する。

01年1月末頃、SNKは、開発したパチスロ機の著作権等はSNK、アルゼが共有する旨の開発委託基本契約と、開発委託費、販売ロイヤリティなど開発委託個別契約案の締結をアルゼに求めた。その後、SNKは民事再生手続きを申し立てることになるが、この契約案はうまくまとまらない。

結局、合意が得られず、金銭も支払われないままSNKは破産を余儀なくされたのである。

実際の争点を個々に検証

争点となったのは、以下の8点だった。それぞれ抜き出してみよう。

①当該各パチスロ機の筐体デザイン、液晶ソフトデザインは、著作物と言えるのか。

②各パチスロ機の筐体デザイン、液晶ソフトデザインは、SNKの著作物なのか。

③SNKプレイモアはSNKから「テリー・ボガード」「不知火 舞」の著作権をSNK破産管財人から有効に譲り受けたか。

④アルゼは、SNKから上記著作権を譲り受けたか、あるいは利用許諾を受けたか。

⑤問題となっているアルゼ製品は、SNKプレイモアが著作権を有する画像図柄および筐体図柄の複製か。

⑥アルゼはSNKプレイモアが有している商標と類似の商標を使ったか。

⑦その商標の登録に無効理由があるか。

⑧SNKプレイモアが主張している商標権は権利の乱用に当たらないか。

①について、当然のことながら裁判所は、「平均的一般人の審美眼を満足させる程度の美的創作性を有するもの」という定義に基づき著作物と認めている。

②については、アルゼ社内で勤務していたSNK従業員の給与等をSNKが負担し、その活動の詳細を月報としてSNKが受けていたことなどから「上記パチスロ機の開発は、態様としては被告アルゼとSNKが、開発部分を分担して行った共同開発であったというべきである」とした。

さらに、判決文では次のように認定した。

「SNKは、平成12年12月ころ及び平成13年1月ころに、被告アルゼに対し、被告アルゼがSNKにパチスロ機の開発に対する対価を支払うことを前提とした文書を提出していることに照らせば、SNKは、被告アルゼに対し、著作権使用許諾料を含めた開発委託費の支払を期待していたことを推認することができ、SNKとして、そこから利益を得るためにパチスロ機の共同開発に参加していたものと認めることができるから、SNKは、これをSNK自身の事業として行っていたものであるということができる。

これらの事情に照らせば、本件著作物の作成は、SNKの従業員が、SNKの発意に基づき、SNKの職務の中で行ったものと認めるのが相当である」

以上のような経緯から、裁判所は本件が著作権法第15条にいうSNKの職務著作に該当するものであり、その著作権はSNKに帰属すべきものであると認定した。

続いて争点③だが、アルゼの主張では、SNKプレイモアが破産管財人から譲渡された知的所有権の目録に「テリー・ボガード」「不知火 舞」が入っていなかったことを指摘していた。これによって、SNKプレイモアは当該の著作物を正式に譲り受けていないと主張されていたのだが、裁判所はそうは見なかった。

SNKプレイモアは、SNKが有していた知的所有権を一括して譲渡されたものであり、「権利が多数に及ぶ場合には、詳細にわたる特定をしなくと



キャラクターの魅力が大きな売りとなっていることが多いSNK製ゲーム。今回のケースは「ほっとかれなかったがゆえの悲劇」と言えるかも。

も、一定の方法によって譲渡の対象となる権利が特定できれば、これをもって譲渡の対象とすることは十分に可能であるし、その際には具体的な権利の一々にまで破産管財人や裁判所の認識が及んでいる必要もないことは当然である」とした。スムーズな権利譲渡を期すため、故意にこうした書き漏らしをすることは往々にしてあるらしい。

④の「アルゼは、SNKから上記著作権を譲り受けたか、あるいは利用許諾を受けたか」についても、前述したように著作権、その対価についての話し合いは両者の間で行われており、合意が得られず、支払が行われていないことは明白である。

SNKが裁判所に提出した、協議の申し入れに関する文書の存在をアルゼ側は否定、つまりデッチアゲに類するものだと主張していたが、文書にはアルゼ側担当者の押印もあり正式のものであることが認められた。つまりアルゼは、でたらめな主張をしたことになる。株式公開企業としての適任性が疑われても仕方がないというほかにないだろう。

争点⑤の「問題となっているアルゼ製品は、SNKプレイモアが著作権を有する画像図柄および筐体図柄の複製か」についても検証する。

「クレイジーレーサーR」「爆釣」「IRE−GUI」ともにSNK従業員が作成した図案を複製、または色違いなどの翻案であることは明白である。さらに、アルゼはこれらのパチスロ機をPS用ソフトの中でシミュレーション機として登場させていた。たとえば『パチスロアルゼ王国6』には、隠し機種、隠しムービーとして「クレイジーレーサーR」が登場している。アルゼ側もどこかに「ちょっとまずいかな」という意識があったのだろうか。

争点⑦の「商標の登録に無効理由があるか」については、「クレイジーレーサーR」の商標に関してである。

当該機種はメーシー販売というアルゼの子会社が販売していた。

SNKは「クレイジーレーサー」の商標を登録していたが、アルゼの子会社といえども、SNKは自己の業務として「クレイジーレーサー」の開発を行ったもので、商標もSNKのものであると認定された。

この争点に関して、アルゼは裁判がかなり進んだ時点で新たに主張を提出していたが、これは裁判の遅延を目的とする行為であり、裁判所は職権でこれを却下した。これについては判決文でも大きく紙面を割いて批判を受けている。

⑧の「SNKプレイモアが主張している商標権は権利の乱用に当たらないか」についてだが、これも判決では「アルゼの主張には理由がない」と却下されている。

判決によってもたらされるアルゼの致命的ダメージ

以上のように判決文では、SNKの主張のすべてが認められた格好だ。アルゼ側は終結判決後（中間判決では控訴できないため）控訴するというが、地裁では全面的にSNKプレイモアの主張が認められただけに劇的な逆転が今後あるとは考えにくいだろう。

アルゼは窮地に立たされている。実はSNKは、民事裁判だけではなく、アルゼを刑事告訴（警視庁）、刑事告発（大阪地検特捜部）しているのである。

つまり、アルゼの家宅捜索、最悪の場合、岡田社長の逮捕まで考えられるというわけだ。

見方によれば、むしろこちらの方が岡田社長にとって脅威だ。アルゼの経営は、この不確定要素によって大きなダメージを受けるだろう。

アルゼの子会社はアメリカ、ラスベガスのカジノライセンスを所有しているが、カジノライセンスの規定によれば、カジノ業界にかかわる人間が犯罪を犯すことは厳しく禁じられている。つまり、ライセンス取消しという事態もありえるのだ。

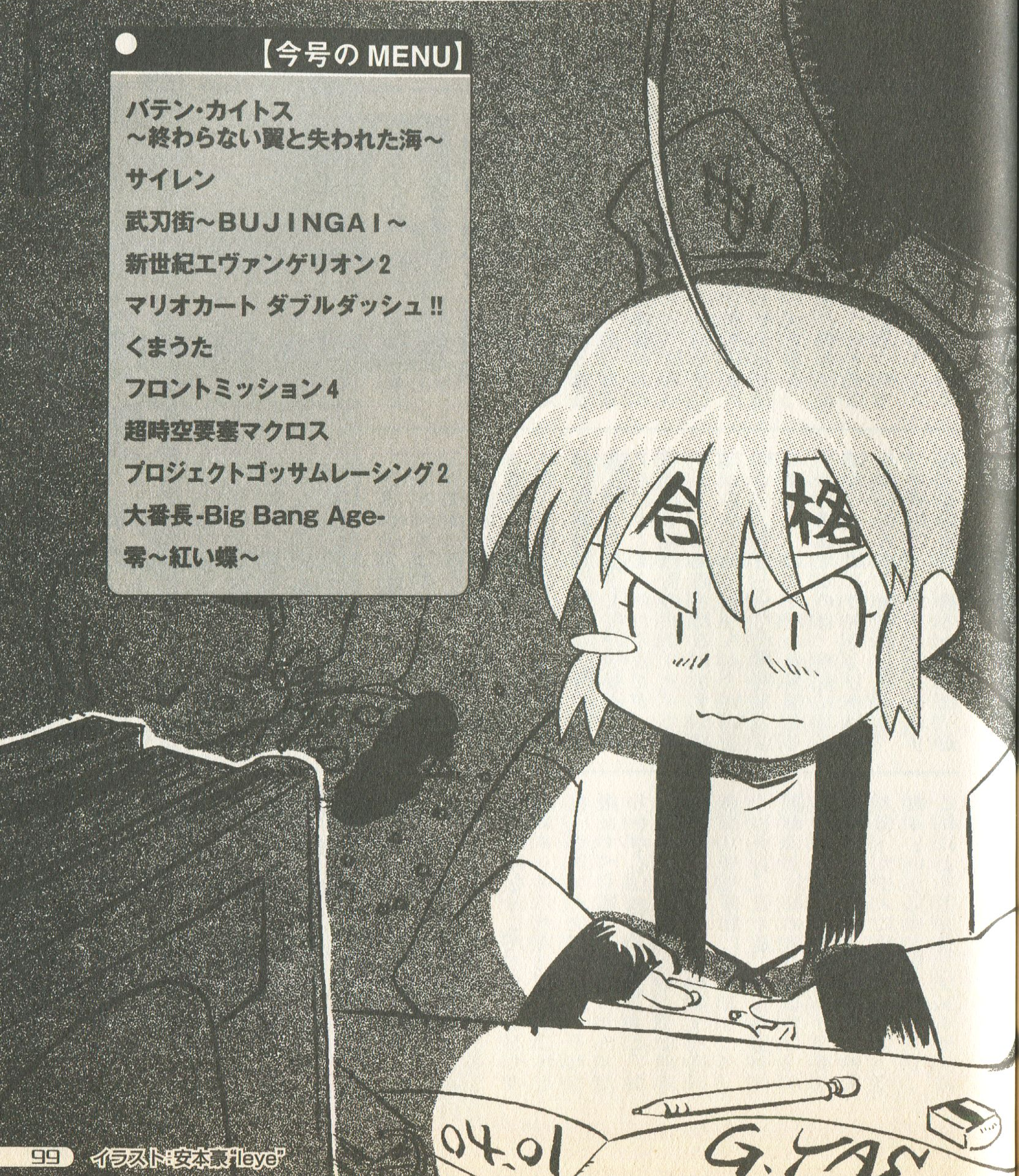
また、アルゼはラスベガスのバルビノ・ラモーレ社（ラスベガスのカジノ経営の第一人者であるスティーブ・ウィン氏の所有するカジノ開発会社）に総額3億8000万ドルもの資金を出資し、ラスベガス参入に名乗りを上げているが、その計画も暗礁に乗り上げる可能性さえある。

まさに世界のアミューズメント業界が事態の推移をかたずをのんで見守っているのである。

次回からは、SNKプレイモア、アルゼ双方のかかわりの詳細についてもレポートしたい。

ゲームソフト批評

見逃しがちなタイトルを含めた、全11本のソフト批評コーナーはココからです。パブリシティに一切とらわれることなく褒めるところは褒め、ダメな点は徹底的に追及させていただきます!!



バテン・カイトス 終わらない翼と失われた海

古き良き路線に沿った王道RPGはもう魅力的ではなくなったのか!?

一部シリーズもののRPGしか生き残れなくなった時代に、完全オリジナルRPGとして登場した本作の役割はどこにあるのか？

text by 池谷勇人

プレイ時間：70時間



ジ 君とはじめて出会うRPG
メ ナムコ
機 GC
¥6,800円
発 03年12月5日

今のRPGはまさしく「育ちすぎた巨人」だ。元気なのは『FF』『ドラクエ』といった一握りの、いわば特権階級のみ。大半は肥大し続ける情報量に圧迫され、自重を支えることすらままならない状態に陥っている。

ハードの進化は、表現力の向上と同時に、増大する開発コストという弊害をもたらした。加えて一部のブランドしか売れない「メガヒット時代」の到来。「重厚長大」に飽きたユーザーのRPG離れ。多大な開発費を費やしても、回収できないタイトルが続出した。RPGの時代は終わったのだ。

『バテン・カイトス 終わらない翼と失われた海』(以下『バテン』)は、そんな暗黒時代のさなかに産み落とされた、唯一とも言える完全オリジナルRPGだった。

しっかりと描かれた世界観と練りこまれた戦闘システム

舞台は空に浮かぶ五つの浮遊大陸。世界観はいわゆる「剣と魔法のファンタジー」だが、よくある中世ヨーロッパ的王道路線のさらに一歩となりを『バテン』は貫いている。空の大陸はいずれも美しく幻想的で、細部まで書き込まれた映像の裏には、ハッキリと独自の文化を感じ取ることができる。街や人の名前にも独特の響きがあり（サダルスウド、ケバルライなど多くは星の名前に由来）、キャラクターの顔や服装も他のファンタジーRPGに比べてアクが強……ごほん、個性的だ。マグナス、こころの翼、失われた海、クジラ……ほかにもさまざまな謎と魅力的な設定が、世界観を彩っている。

見たことのない景色、見たことのない世界。こうした「異世界探訪」の興奮は、グラフィックが進化し始めたSFC～PS時代のRPGによく見られた手法だが、あらためて現行機のクオリティでストレートに実践されるとさすがにため息が出る（もちろん、いい意味で）。あえてこの逆風吹きすさぶ時代に、これだけの世界像をゼロから構築するのは、率直に言えば大バカな試みであり、しかしそれ故に斬新で、挑戦的と言える。

対照的に、シナリオはバリバリの王道路線だ。核となるのは、かつて邪神を封じたとされる5つのエンド・マグナス。物語はこれを狙う帝国アルファルドと、それを阻止すべく戦う主人公・カラスたちを中心に展開される――と、なんだかどこかで聞いたような展開。序盤はひたすら「お約束」の積み重ねでやや刺激に欠ける。

しかし、張り巡らされた謎や伏線がほどけ始める中盤以降は、序盤の沈滞ぶりがウソのような盛り上がりを見せる。プレイヤーが主人公・カラスに宿った「精霊」であるという見せ方もユニークで、これにより主人公とプレイヤーの

視点をわずかにズラし、主人公であるカラス自身を最も魅力的で、かつ謎めいたキャラクターに仕立てあげている。特に中盤のヤマ場で使われるドンデン返しは鮮やか。真っ正直なプレイヤーなら、打ちのめされること請け合いだ。

千種類以上にのぼる「マグナス」の存在も、『バテン』の大きな特徴となっている。マグナスとは物質を封じ込めたカードのこと。この世界では武器・防具・食べ物といったアイテムはすべてマグナス化されており、戦闘からクエストに至るまで、あらゆるシステムがマグナスを軸に構築されている。

戦闘はマグナスを使ったカードバトル形式。と言っても感覚的にはトランプの「スピード」に近く、他のトレーディングカードゲームのような複雑さは一切ない。プレイヤーは配られた手札を瞬時に把握し、攻撃側なら剣や魔法を、防御側なら鎧や盾をテンポよく出していくだけ。あとは出したマグナスに応じてキャラクターが攻撃や防御を行ってくれる。

加えて「精霊数」や「SPコンボ」といった付加要素がバトルにさらなる戦略をもたらしている。精霊数とは、マグナスの隅に書かれた小さな数字のこと。この数字を合わせ、ペアやストレートができるようにコンボをつなげていくことで、攻撃力や防御力にさらなるボーナスを得ることができる。

もうひとつの「SPコンボ」は、いわば戦闘中に行う「合成」のようなモノ。たとえば「バナナ→ロックアイス」の順でマグナスを使用すると、戦闘終了後、「フルーツシャーベット」のマグナスを手に入れることができる。SPコンボで得られるマグナスはいずれも強力なため、レシピがわかるとひたすら戦闘が待ち遠しくなってくる。



ただキャラクターを操作するのとは違い、精霊としてリアルに作中に参加している気分がある

基本はシンプルながら、戦略を練れば練っただけの見返りが用意されているため、腕の振るいがいは十分。スピード感と、カードゲームの戦略性を両立した秀逸な戦闘システムと言える（もっとも、自分のHPさえ確認できない画面構成は改善すべきだが）。

現行ハードで表現された古き良きRPGの再現

ビジネス的視点で見れば、本作は文句ナシの大失敗作だ。発売から約2ヶ月経っても販売本数は10万本に届かず、当初目標としていた50万本には届きそうもない。

失敗の原因は明白だ。壮大なシナリオを軸として、重厚な世界観と骨太なゲームシステムで遊ばせる――それは、SFC～PS時代の大作RPGが倣った「ヒットの法則」にあまりに忠実だった。しかし冒頭で触れた通り、現在の市場はそれを求めていない。過去にとらわれ、「今」に迎合しなかったのが『バテン』の敗因だ。

しかし、開発者はわかっていてなお「古き良き時代」のRPGに夢を託したのではないか、とも思える。売れなくなったからといって、かつてのRPGが持っていたドキドキ、ワクワクが失われたわけではない。『バテン』はそんなRPGの魅力を、再び現代によみがえらせようとしたのではないか。

ならば、目的は十分に果たされている。見知らぬ世界を旅し、キャラクターを育て、ゲームシステムを骨までしゃぶり尽くす。現行機のスペックを得てよみがえった「RPG」は、懐かしく、そして心地よい夢を存分に見せてくれた。

きっといつか、巨人がまた立ち上がる日が来る。そう思わせてくれる良作だった。

関連作品

ファイナルファンタジーVI

ジ RPG
メ スクウェア
機 SFC ¥11,400円 発 94年4月2日

SFC時代を代表する大作RPGのひとつ。壮大なシナリオ、重厚な世界観、そして遊び応えのあるゲームシステム。こうしたRPGが、当時は数多くあった。

サイレン

和風テイストの映像は雰囲気良好だが、注目すべきはそこだけではない

山間の寒村を舞台にしたホラーAVG。「とにかく怖い」という評判が先行したが、真の価値は野心的なシステムにある。

世界観やシナリオ構成にはやや難があるものの……

『サイレン』というと、発売4日後に起こったTVCM打ち切り騒ぎ（※）に代表されるように、「怖い」というイメージが先行した印象が強い。

山奥の寒村で起こった超常現象と、それに巻き込まれた人々の必死のサバイバルを群像劇タイプのシナリオで描いた作品なのだが、確かにその恐怖表現は見事だ。ここでは「屍人（しびと）」と呼ばれる、一種のゾンビみたいな存在が主要な敵となるのだが、こいつらの行動が実にいい。意味不明な言葉をつぶやきながら、壁に釘を打ちつける、道端の雑草を刈るなどのまったく無意味な行動をいつまでも繰り返している彼らを見ていると、プレイヤーは目の前の存在が人ならざる物体になっていることを実感する。しかも彼らは凶暴で、こちらを見つけると奇声を発して襲いかかってくる。武器を使ったり、扉を開けたりといった知性だけは残っているのだから始末が悪い。この不条理な不気味さは、他のホラーゲームとは一線を画するオリジナリティだ。

惜しむらくは、村の因習、過去の猟奇事件、宗教儀式などがごったに詰め込まれたため、消化不良を起こし、世界観の核となるイメージがぼやけてしまったことだろう。ホラーだから、すべてを説明する必要はないにしても、ちょっとまとまりを欠きすぎていた感は否めない。

そう感じることの一因として、シナリオの構造も無視できない。『サイレン』のストーリーは、主要人物ごとに異なる複数のシナリオで構成されている。各シナリオは、さらに細かい小エピソードに分かれており、しかもこのエピソードが時間軸と無関係に並べられているのだ。たとえば「人物A／午前3時／森」というエピソードの次に、「人物C／午後10時／病院」、その次に「人物B／午前2時／学校」といった感じに時間と場所が行き来する。このため、プレイヤーは初めのうちはどこで何が起こり、誰がどうかかわっているのか、ほとんどわからない。シナリオを進めていくにつれ、次第に各人の相関関係が把握できるようになり、すべてのシナリオを完全に解き終わった時、やっと全容が見えてくる、という作りになっているのである。

断片的なエピソードを重ねて次第に物語を見せていくという構成は試みとしては非常に面白い。だが、これもあまりにバラバラすぎて正直つらい。中盤くらいまで進めても、まだ全体の骨格さえ見えてこないのだから、いくらなんでも、ちょっとやりすぎの感がある。また、あるエピソードで特別な行

text by 水野隆志

プレイ時間：16時間



ジ ホラーアドベンチャー
メ SCE
機 PS2
¥ 5,800円
発 03年11月6日

動を取ると、他人のエピソードに変化が生じるザッピング的な作りになっているのだが、これも狙いはいいとしても、まったく同じエピソードを終了の仕方だけ変えてやり直すというパターンになっているので、じゃあ、最初のプレイは何だったんだ、という疑問が生じてくる。
　このように『サイレン』は随所に粗さが目立つ作品だ。難易度が高めに設定されていることも考え合わせると、とても万人向けとはいいがたいのが現実だ。

幾多の作品が直面した問題を斬新なシステムで克服

　だが、それを踏まえても、この作品は大きな価値を持っている。ポリゴンの発展に伴って3Dフィールドを主人公が移動するタイプの作品が増えてきたが、この手の作品で常に問題となるのが、マップ全体における敵と自分の位置をどう把握するかだ。これがわからないと、ゲームを進めるのが非常に困難になる。『バイオハザード』にしろ『メタルギアソリッド』にしろ、システム内に平面マップを見ることができるシステムを取り込んでいるのは、プレイヤーをこのストレスから逃がすためにほかならない。
　『サイレン』は複数のステージで構成されているが、そのいずれも地形は相当複雑で敵もあちこちに配置されている。にもかかわらず、マップには自分の位置が一切表示されない。これは通常では、まず考えられない措置だ。ところが、代わりに選ばれた対応策が実にユニークで素晴らしい。
　それが「視界ジャック」だ。これは一種の感応能力で、主人公たちが意識を集中することにより、屍人の視点でフィールドを見ることが可能になるというシステム。フィールド内にいる敵の視界を次々とジャックし、周囲を観察すると、建物などのランドマークからフィールドのどこに敵がいて、そこと自分との方向や距離がどうなっているのか、およその予測がつく。この情報をもとに自分の行動を決めていくのである。


攻撃は、間合いとタイミングを見極めないとなかなか当たらない。このあたりもシビアな作りだ。

　この敵の視点から自分の位置を知るという発想は革命的といってもいいほどに斬新だ。「曲がり角を曲がった途端に敵と鉢合わせ」とか「どこから撃たれたのかわからないまま射殺された」とか、およそ3Dのゲームに構造的に存在する難題をうまく回避してしまっている。そしてこのシステムのいいところは、完全に答えを教えるのではなく、ヒントレベルにとどまっていることだ。敵の視界をジャックしたままでいると、敵の移動や行動のパターンがつかめてくる。しかし、それはあくまで敵1体に関してだけで、近い場所にもう1体いれば、そちらの動きも見ながら、得られた情報を自分の頭の中で組み合わせ、全体を推察していく必要がある。これはサバイバルの面白さを格段に上げてくれている。「視界ジャック」は3Dゲームにおける可能性を拡大したといっても過言ではないほどの優れたアイディアなのである。
　こうして見てみると、『サイレン』がシステム、世界観、シナリオの全面にわたって、非常に野心的な意図に立って作られていることがわかる。不況の中、業界全体が保守的な傾向を強めている現在、この新しいことをやろうとする情熱は貴重であり、賛美されるべきだ。確かに荒削りなところはあるが、間違いなく高い評価を受けるにふさわしい作品と言えよう。

関連作品

メタルギアソリッド2 サンズ・オブ・リバティ

ジアクション
メコナミ
機PS2　¥6,800円　発01年11月29日

　敵から隠れ、隙を見てアイテムを入手し、気づかれずに攻撃をする。『サイレン』との共通項は非常に多い。なぜレーダーがあるのか、そして上級モードではなぜないのか。このあたりを考えつつ、両者を比較してみるとユーザーとの距離の違いが見えてくる。

※TVCM打ち切り：11月3日から放映が開始され、13日まで放映予定だった『サイレン』のTVCMが10日で打ち切りとなった。読売新聞の記事によると、視聴者からの苦情が原因だったとされるが、その件数は7件。件数の少なさから話題作りのためではないかとの指摘も上がった。

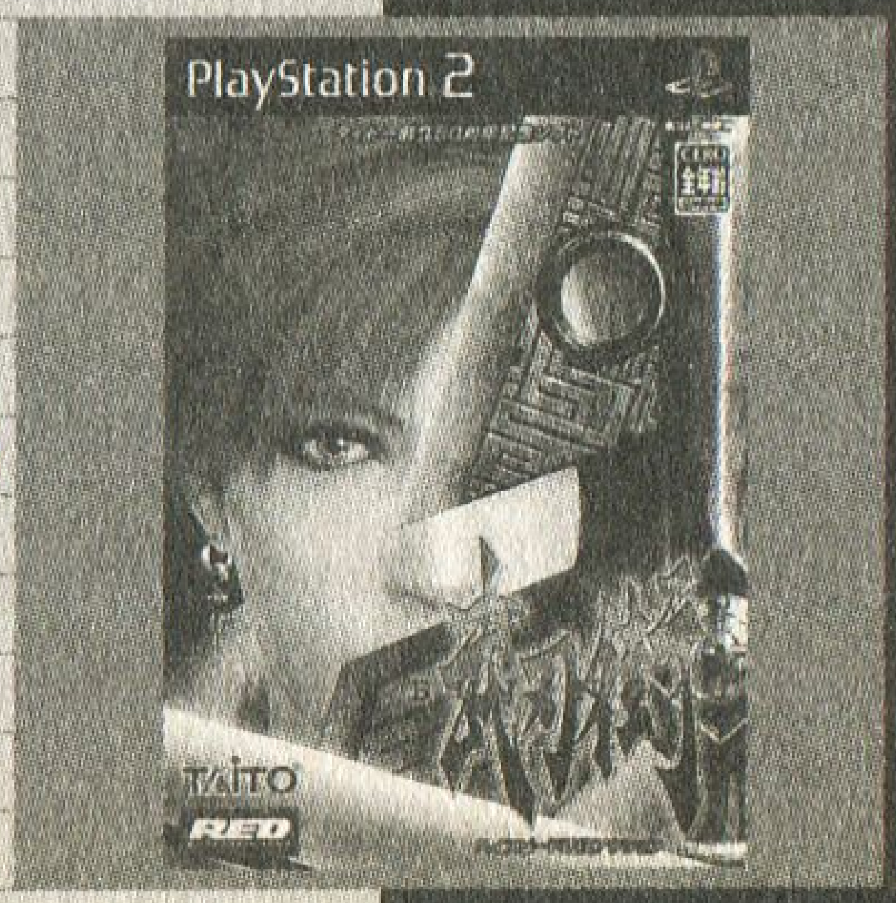
武刃街～BUJINGAI～

この世界の共通概念は「Gackt」タレントゲームの理想がここにある

有名人を起用することで生まれる遠慮。だが、起用する有名人が本気を示せば、おのずと現場の士気は高まり、作品はより高みへと昇華されるのかもしれない。

text by 多根清史

プレイ時間：20時間



ジハイスピード武侠アクション
メタイトー
機PS2
¥6,800円
発03年12月25日

タレントゲーム＝駄目ゲームか？

「しょせんタレントゲーム」という決めつけは、もはや過去のモノになりつつある。大らかな時代のやんちゃがたたって、芸能界も堪忍袋の緒が切れた、と言いますか。ゲームの中身は『スーパーマリオ』もどき、タレント人気におんぶにダッコ、悪くすると、本人を笑いものにしかねない体たらく。ファミコンブームに釣られてタテに振られたマネージャーの首が、固くこわばっていったのも無理はない。

だから、最近のタレントゲームは、一本一本、際どいバランスの上に成り立っている。人工衛星が地球と月の重力が釣り合う軌道を回るように、このたぐいの作品も、周りに渦巻く〝力学〟が、デリケートな綱引きをしているのだ。品質が疑わしいゲームでお茶を濁すほうが、かえって難しい。

『武刃街』の場合、その〝力学〟のひとつが「タイトー50周年記念」というカンバンだろう。老舗のタイトーが、このゲームに50年分のプライドを賭ける、と言っているのだ。同社が十数年前に『たけしの挑戦状』を出したとき、その何分の一の覚悟があったんだろうか？

もう一つの〝力学〟は、「Gacktが持つ引力」だ。TVで観測できるGacktが素のままかどうかは分からないが、「オタク寄りビジュアル系」という、見たことも聞いたこともない境地をモノにしつつあるのは確かだ（デーモン閣下は「ヤンキー系」ではなかろうか）。TV特番の「ガンダムうぉーかー」に出て、ヒートホーク（ザク）のエレキギターをかき鳴らし、「これモノアイの音だよね？」とうそぶいても、事務所がダメ出ししないような……。

女性にモテ、でもオタク趣味を隠さず、つまり「格好良さにスキがある」から（オタク以外の）男性の反感も買いにくい。

Gacktはゲームの内と外とを問わず、広く〝引力〟を及ぼせる特異点なのだ。「50周年」だからこそGacktも引き受けただろうし、Gacktもタイトーの「50周年」に意外としっくりくる。

しかし、上等なタレントを使うほど、ゲームは「有名人への遠慮」に縛られ、面白さを台なしにされかねない。「リアルな狙撃」をうたっているくせに、敵が赤い血の流れないロボット、なんてグラビアアイドルものもあった。

自分ながら、うかつだった。「Gackt自らがモーションキャプチャー」はともかく「GacktがCMでワイヤーアクション」と聞けば、悟るべきだろう。ゲームのためにそこまで根性を見せた芸能人は、『鬼武者』の金城武ぐらいしかいない。

Ｇａｃｋｔは本気だ。

別にＧａｃｋｔ本人がゲームの内容をどうこうするとは思わない。現場の士気の問題である。「遠慮」のリミッターが外れ、もどかしさが消え去る。有名人が「引き算」から「足し算」へと変わる瞬間。『武刃街』の正体は、そんな「タレントゲームの本気」に出会えるゲームだったのだ。

『武刃街』を愛するＧａｃｋｔ

『武刃街』の見えやすい特徴は「分かりやすさ」だ。香港の武侠映画をモチーフにした、後方からの客観視点による3Dアクション。自分（Ｇａｃｋｔ）も大半の敵も、剣をひっさげて刃を交えるチャンバラゲームである。

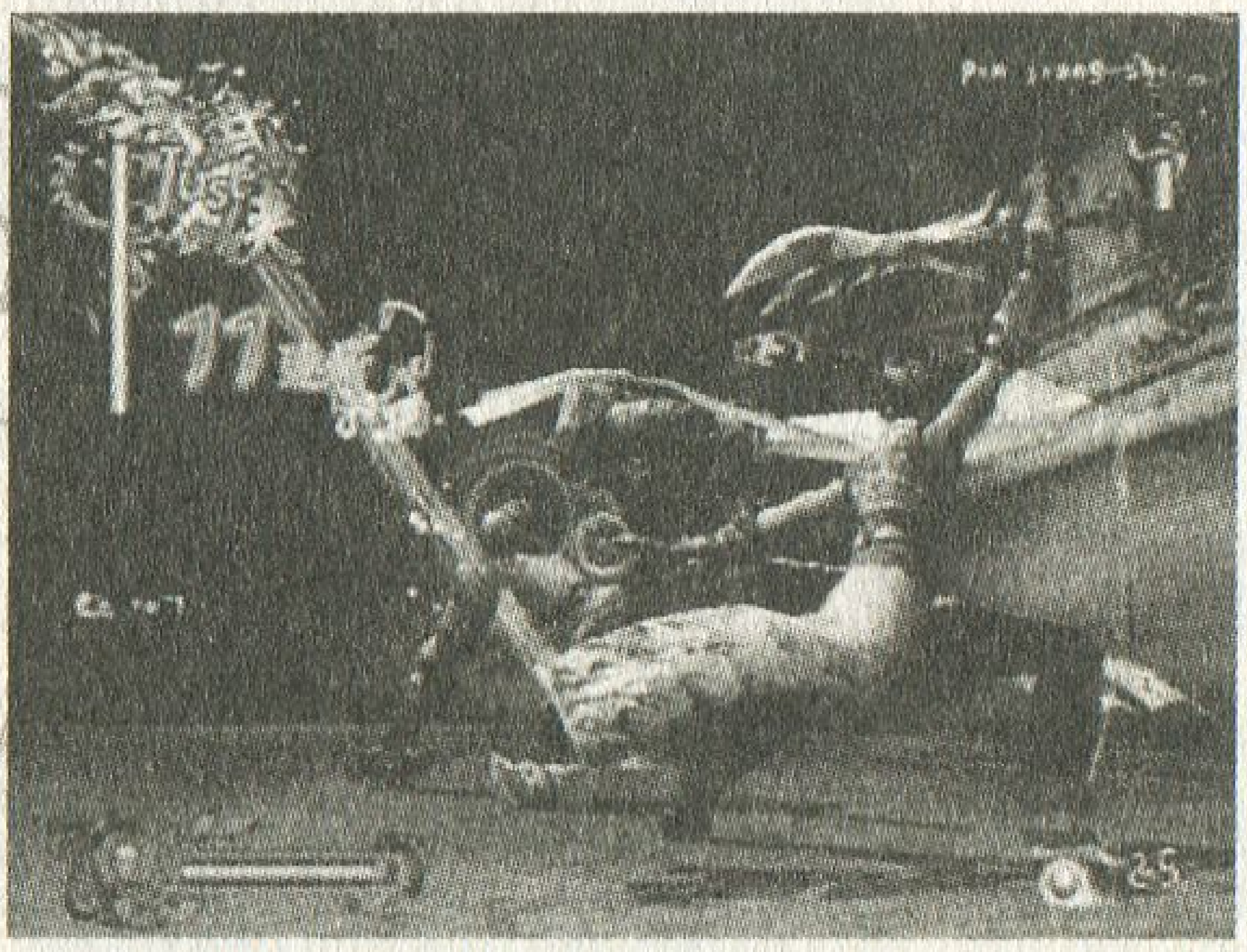
システム的な面にふれると、１つのボタンだけで数種類もの動作が行える。敵に正面から斬られるとオートで防御する「剣戟（けんげき）」システムが採用され、その最中に攻撃ボタンを押すと「剣戟カウンター」が発動する。飛び道具の妖術（魔法攻撃）さえも、同じボタンを連打すれば防げてしまう。

とても、間口が広い。そして最後までユルいまま続くのかと安心させた直後、このゲームは本性を現し、なだらかな難易度の傾斜を過激にする。獲物をまんまと自分のテリトリーに引きずり込むや、肉食獣が牙をむき始めるのだ。

「１ボタンで何でも」というのがくせ者だ。勝手に〝発動〟するのと、〝操れる〟のとは大違い。多くのボタンを使うゲームは複雑なようで、たいてい「正しいボタンを選ぶこと」が、即突破口となる。しかし１ボタンなら、連続する時間の中で間合いを計り、どの状況で、どの攻撃が出るのかを体得しないといけない。本物の武術さながらの「見きわめ」が求められるわけだ。

こうした高い戦略性を持ちながら、格闘ゲームの標準装備と言っていい「キャンセル技」がないのが、アンバランスな印象だ。考えなしに攻撃ボタンを連打すれば、押した回数を出し切るまで、途中で止められない。その間は無防備になり、もろに妖術の直撃を食らったりする。このせいで、対ボス戦や、ザコとの乱戦の難度がぐんと上がっている。

開発スタッフは、うっかり「キャンセル技」を入れ忘れたのか？　いや、絶対にわざとだ。ボーナス特典を出すために必要な「太極印」集めに走ると、プレイヤーに対する〝挑戦〟の意志がヒリヒリと伝わってくる。滑空、三角跳び、壁走りのすべてに習熟し、画面上には見えない空間を感じ、想像力の隅っこをほじくる探索の旅である。完全制覇に至るスキルは、むやみに高い。



ボタン一押しで、豪快な剣技を披露するGackt。ただし、骨の髄まで堪能しようと思うなら、巧くなることが必須。

つまり「やりこみがいのあるアクションゲーム」の条件を必要十分に満たしているのだが、『武刃街』は〝その先〟へと行っている。主人公の死体をいけにえとして積み上げる祭壇には、Ｇａｃｋｔが祭られているからだ。ボーナス特典が「Ｇａｃｋｔの声」であり、「Ｇａｃｋｔのインタビュー」であり、しかも真摯にゲームと向き合っている。この世界の通貨単位は「１Ｇａｃｋｔ」なのだ。

このゲームの良さを熱く語るＧａｃｋｔのひとり語りは、リップサービスの域をはるかに超えている。「ゲームにもＧａｃｋｔにもほれたよ」と思える、タレントゲームのひとつの理想型だ。ゲームがタレントを愛するように、タレントもゲームを愛してください。

関連作品

鬼武者

ジ アクション
メ カプコン
機 PS2 ¥7,800円 発 01年1月25日

本文中でも述べているように、タレント「金城武」を擁し、それまでのゲームでは描ききれなかった「斬る」という部分にとことんこだわりを持って世に送り出された。なお金城は最新作『3』でも再度演じることが決定している。

新世紀エヴァンゲリオン2

AIを用いたストーリーゲームはキャラゲーだからこそ深みが増す

『ガンパレード・マーチ』の衝撃から、はや数年。『2』は「2」でも別作品を取り上げた本作は、より洗練されたデキとなっていた。

text by 大槻典博

プレイ時間：55時間



ジ ワールドシミュレーター
メ バンダイ
機 PS2
¥ 6,800円
発 03年11月20日

開発現場に見るゲーム制作の工程

筆者はここ数年、ある開発会社に継続的な取材をして（＝用もないのに入り浸りダベって）おり、以下はその中で垣間見た筆者なりの観察と推測でしかないのだが、この手のゲームを正攻法で作ろうとすれば相当優秀なシナリオライターが社内にいて、ある程度柔軟に仕事を発注できる恵まれた環境が必須となる。というのもゲーム開発とは現状、まだまだプログラマーとデザイナーの共同作業という側面が強く、一般的にシナリオライター（あと音屋）は一歩引いたところに位置しているのが常だからだ。ぶっちゃけ、ゲーム開発とはデザイナーが描いた絵素材を、プログラマーがプログラムしてリアルタイムかつインタラクティブに動かせるようにする、という作業工程の総称なのである。（※）

ちなみに、この両者は絵素材が全部完成してからプログラミングが始まるというものではなく、絵とプログラムが同時並行で進んでいくのが一般的である。というのも（特にポリゴン時代になって）一画面につき何ポリゴンでテクスチャデータが何バイト使用できる、という絵素材制作の仕様が、実際にプログラミングしてみないとわからないことが多いためだ。さらにプログラマーができると思った仕様が実際には不可能だとわかる、他社製品で実装されている仕様が自社製品でできなければ商品として成立しない、プラットフォームが急に変更になった、など実にさまざまな理由で恒常的に仕様の変更が行われる（本作においては他のゲームにないAIエンジンの練り込みという工程も存在する）。そのため、プログラマーとデザイナーの間では二度手間・三度手間が絶えることはない。

こうした理由から、サウンドはある程度ゲームが完成してから外部発注することが多いのだが（これがサウンド面でゲームがなかなか進化しない理由でもあるのだが）、シナリオは積み上げの仕事なので、最後にまとめて発注することが難しい。一方で仕切りの悪いプロジェクトでは、10本あったシナリオを5本減らして3本新規に書き起こしてくださいとか、全16章のシナリオが容量の問題で入らなくなったので4章減らしてください、ただし納期と予算は増えません、などという事態が平気で起こる。ところがシナリオというのは起承転結がそろって初めて成立するものなので、グラフィックデータの圧縮のように簡単に変更できるものではない。実際『DQ』を超えるストーリーゲームがなかなか登場しないのも、シナリオライターとプロジェクトリーダーの兼務が異例だからではないか、というのが筆者の印象である（ほかにシ

※補足としてプログラマーによるデータ管理

ナリオとゲームシステムの組み合わせの妙として『パワプロ』のサクセスモードを筆者は高く評価しているのだが、これも開発チームのプロデューサーが直接シナリオを書いていると知り疑問が氷解した)。

完成したことにまず驚く2つのゲーム

とまあ、こうした状況からすると、本作『新世紀エヴァンゲリオン2』(以下『エヴァ2』)のようなAIによるキャラクターの群衆制御およびイベントの発生管理でストーリーを構成している作品を見ると、もう完成しただけで驚きの念が絶えないのである。特に本作については、実質的な前作『ガンパレード・マーチ』(以下『ガンパレ』)よりもキャラクターの対話システムが一層洗練され、深みを増したものになっている。AT値とキャラクターの位置関係によって4択の内容が変わり、なおかつユーザーにストレスを感じさせすぎないようにするというのは、シンプルかつ複雑な仕様を吸収できる優れたインターフェイスであり、ツリー構造がどうなっているのかぜひ仕様(もしあれば)を拝見したいものであるが、逆に言えば仕様が決まる前から各キャラクターの会話データはある程度作っていく必要があるわけで、完成バージョンに至るまでどれくらい仕様変更があったのかと想像するだけで鬱になってしまうほどである。



ほぼすべてのキャラにAT値は存在する。このシステムが進化していけば、無限の「if」を体験できるのだろうか。

一方で、本作についてはストーリーゲームで必須の、世界観やストーリーの大枠などを伝える一般的な意味でのシナリオは少なく、必要であれば「エヴァ」のビデオやDVDを見てください、と暗に言わんばかりの内容となっており、一本のゲームとしてはいささか疑問も残る。また原作の設定を非常に配慮した内容となっており、原作に登場しないモノは原則として登場しない。ただし、これだけ世の中に「エヴァ」の二次創作物が存在し、オリジナルの設定がはんらんしている以上、そこまでストイックになる必要があったのかとは思う。特に各キャラクターの住居くらいは新設定を起こして、プレイヤーが往来できるようにしてほしかったところだ(NPCは互いに住居をプログラム上で往来していると推測されるため)。またここまで指摘するのも気が引けるが、サウンド面については旧態依然の丸振り発注にとどまっていると推測される。AT値によってキャラクターの移動スピードや足音を変えたり、BGMが段階的に変化していく、同じセリフでも抑揚が異なるモノを使い分ける、などを行えば(せっかくフルボイスなので)、より面白いゲームになったのではないだろうか。

ともあれ『ガンパレ』が初めて発売された時にも腰を抜かしたものだが、本作ではさらにその路線が成熟・一般化しており、キャラクターゲームの新しい表現方法を確立したとさえ感じるほどである。ある器と時間軸の中で多面的な角度から世界観に触れる、またはキャラクター間の相互作用をシミュレータ的に楽しむという遊びは、やはり原作モノがあってこそ、より妄想も膨らむというものではないだろうか(ホワイトベース内の人間模様、カイでセイラさんも落とせる、なんて簡単に思いつくでしょ)。今後AIを用いた同種のストーリーゲームがどのような展開を見せていくのかは不明だが(誰もが考えるのは『エヴァ2』発展エンジンを用いた『ガンパレ2』だろうが)、ぜひとも業界全体でこの流れを盛り上げていっていただきたいところである。

関連作品

『実況パワフルプロ野球』のサクセスモード

スポーツ
コナミ

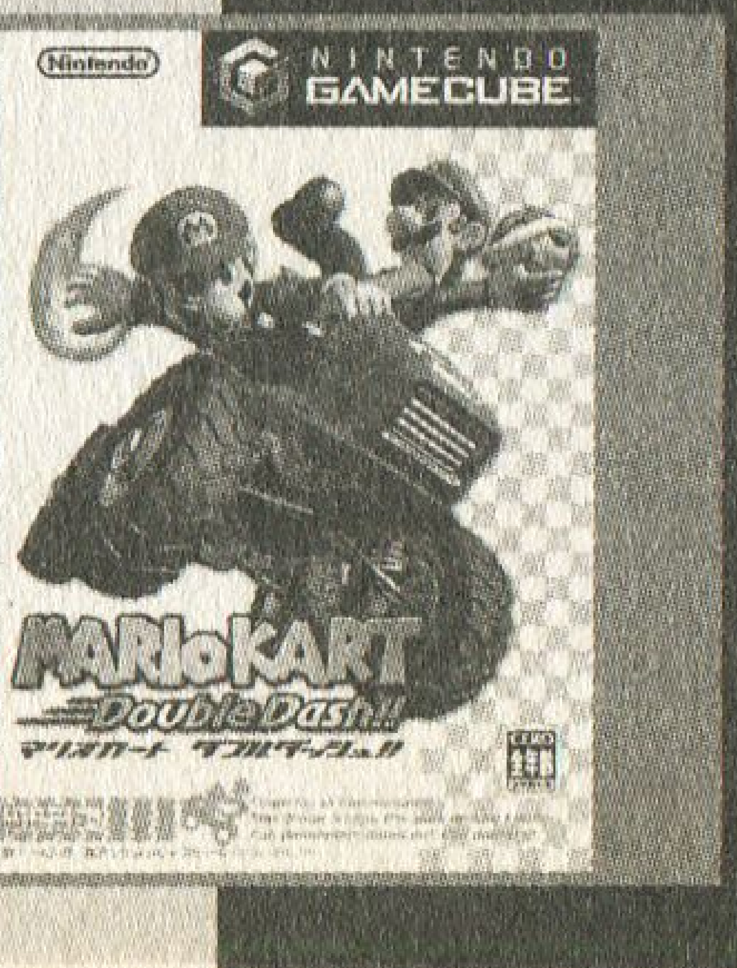
『パワプロ3』から登場。選手育成・アクション・恋愛要素・ミニゲームなど数々の要素が詰まって、ストーリーも破たんせず、かつ操作感もバツグン。自分で命名した新魔球が対戦でも使える、たったこれだけのことがホントに大変なんですから、いやマジで。

マリオカート ダブルダッシュ!!

99%ウソで飾り立てることにより ただ一点の「レース」としての核心を突くすごさ

王道であるリアルシミュレータ路線とは違うスリルと爽快感は、どこから生まれるのか？

text by 池谷勇人
プレイ時間：25時間



ジ レース
メ 任天堂
機 GC
¥ 5,800円
発 03年11月7日

ここ数年で最も「リアル」になったジャンルのひとつが、レースゲームだろう。TVゲームが目指す終着点のひとつが「現実世界の完璧なシミュレート」であるなら、現時点で最もそれに近い位置にあるジャンルと言っても過言ではないかもしれない。

しかし、ここ数年で最も「ややこしく」なったジャンルもまた、レースゲームだった。挙動がリアルになれば、それだけ操作もデリケートになる。ちょっとスピードを出せばコースアウト、ちょっとハンドルをきればスピン。リアリティと引き換えに、サーキットはどんどん窮屈になっていった。もちろん、現実さながらのドライビングを仮想体験する、という方向性を切り開いたという点では大いなる進化ではあったのだが……。

リアルを捨てることで味わえる面白さ

そこへいくと『マリオカート』の思想は、実に明確で、シンプルだ。レースとはすなわち「いかに曲がるか」というスポーツ。レースに鉄則のようなものがあるとすれば、『マリオカート』が再現してきたのはその一点のみだ。シフトチェンジはない。ブレーキングも必要ない。難しいセッティングもないし、急ハンドルくらいで車がスピンすることもない。シミュレータ志向が強い昨今のレースゲーム事情とは、まるっきり対角線上にある作品と言ってもいい。

ただ追求したのは「いかに楽しく曲がるか」。伝家のドリフトは『マリオカート ダブルダッシュ!!』（以下『ダブルダッシュ!!』）でも健在、というかますます切れ味鋭くパワーアップしている。

『マリオカート』シリーズの伝統として「ドリフト中はスピードが落ちない」という大原則がある。このためコーナーはノンブレーキで突っ込み、トップスピードのまま強引にドリフトで曲がるのが常識だ。加えて、ドリフト中に2回カウンターを当てる（スティックを外側へ倒す）ことで使える「ミニターボ」もあるため、チャンスがあれば可能な限りドリフトを狙っていくのがセオリーとなる。『ダブルダッシュ!!』ではドリフト開始後にもかなりステアリング操作が効くため、従来の作品に比べ使い勝手が格段に良くなっている。誰でもすぐ、インコーナーに吸い付くようなラインを描けるようになるだろう。

タイヤのグリップ力を考え、ギリギリまで減速してコーナーに挑む他のレースゲームとは、まったく逆の走り方。しかし、あらゆるコーナーを一切の減速なしに駆け抜けていくスリルと疾走感は、他のリアル系レースゲームでは味わえない快感だ。多少のウソは許してもいいじゃないか。

2人で協力するという新たなマルチプレイ

『ダブルダッシュ!!』のタイトル通り、今回のカートは2人乗り仕様。前のキャラクターが運転を、後ろのキャラクターがアイテムによる攻撃をそれぞれ担当するようになっている。1人でプレイする際には「アイテムが最大2つまでストックできる」くらいしか「2人乗り」の恩恵が実感できないのだが、新要素の2人協力プレイはなかなかユニークだ。まだ役割分担が洗練されておらず、いささか二人羽織的オモシロもどかしさに寄りかかっている感もあるが、対戦だけではない、新たなマルチプレイの形を提案してくれたという点では面白い試みだと思う。

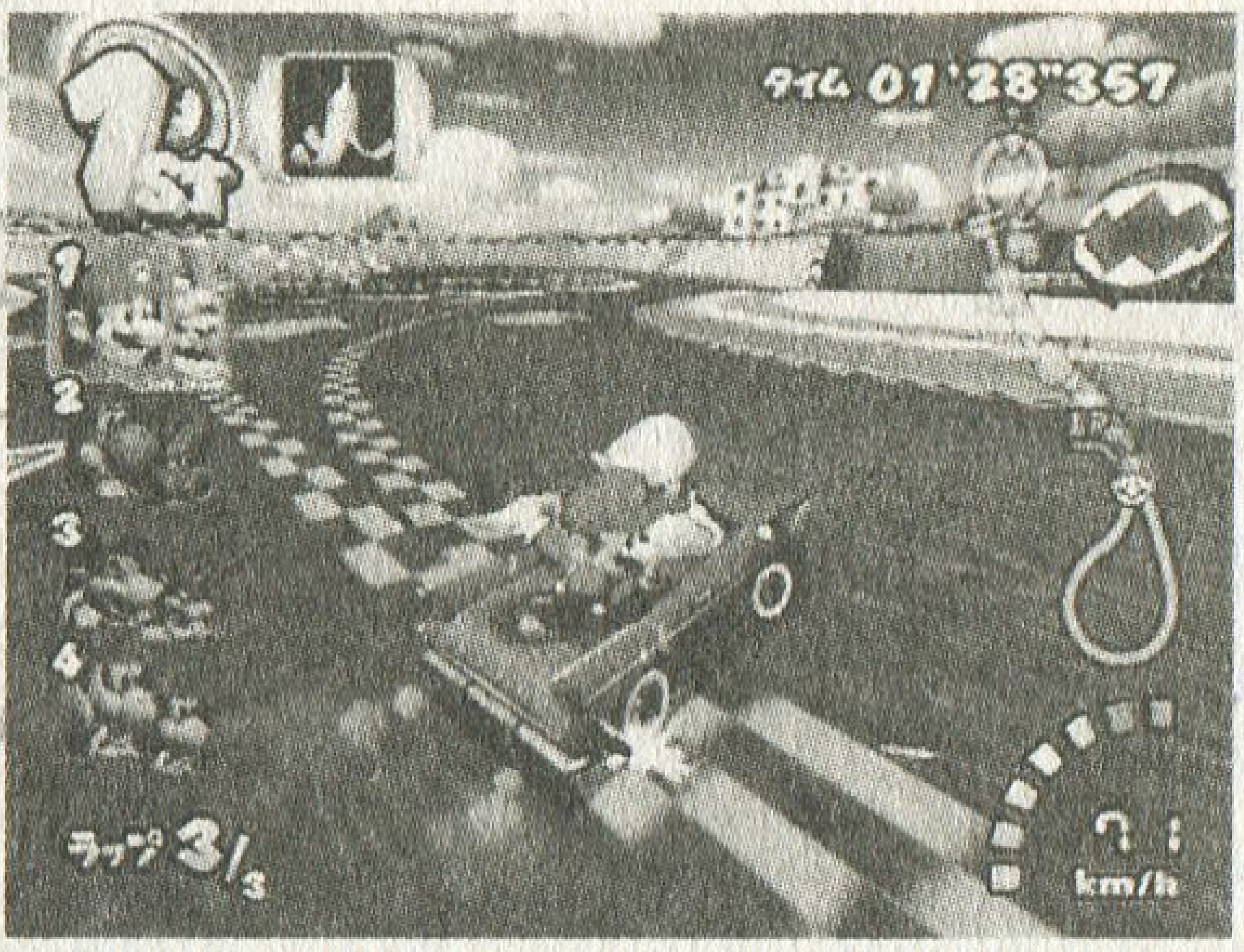
アイテムが2つ持てるようになったことで、レース中のアイテム合戦は激化した。アイテムボックスの数も64版より多く、レース中はびゅんびゅん甲羅やバナナが飛び交い、片時も気が抜けない。ただ、その分クラッシュからの復帰は早くなっており、ストレス、ペナルティは軽減されている。ガンガン取ってガンガン当てていけるバランスに再調整されており、ドタバタ感はより高くなった印象だ。

また、各キャラクターにはそれぞれ強力な専用アイテムが設定されており、選んだキャラクターによりマシンの性能だけでなく、使えるアイテムも変わってくる。カートで選ぶか、アイテムで選ぶか。キャラクター選択がより楽しく、より重要になっている。

「レース」に見せた「レース」でないゲーム

モードはグランプリ、タイムアタック、バトルの3種類。例によってグランプリモードにはキノコカップ(初級)、フラワーカップ(中級)、スターカップ(上級)、スペシャルカップ(隠し)の4つの大会があり、さらにそれぞれ50cc、100cc、150ccの3つのクラスが用意されている。総コース数は4カップ×4コース=16種類とやや少なく感じるが、山あり海あり砂漠あり、中には豪華クルーザーの上を走るコースや、巨大なタル大砲で空高く打ち出されるコースもあり飽きさせない。また、各大会を制覇するたび、少しずつ隠しキャラクターやコースが開放されていくのも、プレイ意欲をそそる。

もちろん、2～4人での対戦プレイにも対応(GCが複数台接続できる環境にあれば、最大16人でのタッグプレイも可能)。通常のレースはもちろん、「ふうせんバトル」「いただきシャイン」「ドッカン!ボムへい」といったバトル専用モードも用意されている。中でもオススメしたいのが、互いにボムへいを投げ合う「ドッカン!ボムへい」。慎重に狙って投げるか、弾が続く限り投げまくるか。ちょっとしたドッグファイトにも似た緊張感が味わえて、レースの息抜きに遊ぶにはもってこいである。



操作性が若干変化しているように感じるが、慣れてくればこれまでの『マリオカート』同様ドリフト三昧を体験できる

ここで行われているスポーツは、一見「レース」に見えるが、実際の「レース」とは99%別モノだと考えたほうがいい。

しかし、そこに違和感や物足りなさはない。コーナーは単なる「障害物」ではなく、時には「チャンス」に変わる、その一点において本作はどんなレースゲームよりも「レース」の核心を突いている。リアルを丸ごと落とし込むばかりが方法ではない。1%の「らしさ」を切り取り、99%のウソで飾り立てたほうが、ゲームの世界では案外それっぽく見えちゃったりするものなのだ。

関連作品

グランツーリスモ4"プロローグ"版

ジ リアルドライビングシミュレーター
メ SCEJ
機 PS2 ¥2,980円 発01年12月4日

『マリオカート』と対極をなす、リアル系レースゲームの代表格。「レース」ではなく「ドライビング」の楽しさを追求した作品である。教習所をモチーフにした"プロローグ"版は、本シリーズならではの的確なアプローチだと思う。

くまうた

おかしな歌詞をクマが熱唱 面白演歌が持つ深み

『がんばれ森川君2号』のムームー制作の「演歌こみゅにけーしょん」ゲーム。演歌歌手のクマというおバカな設定の奥には……。

text by 卯月 鮎

プレイ時間：15時間



ジ 演歌こみゅにけーしょん
メ SCE
機 PS2
¥ 5,800円
発 03年11月20日

歌に託された想い クマと師匠の演歌道

『くまうた』は、宇宙から弟子入りしてきた白いクマが演歌を作って熱唱するというゲームだ。その設定のあまりのとっぴさ、インパクトの強さに目を奪われがちだが、プレイヤーとTVゲームのかかわり方について、大新たな提案を試みている。それは単に奇をてらったものではない。

ゲームの内容は、プレイヤーが師匠になって、クマが出してきた歌詞を添削するというもの。「人生」「みかん」「男」など、いくつかあるテーマの中から好きなものを指定すると、お題に沿ってクマが歌詞を書く。たとえば、テーマを「四畳半」にするとクマの歌詞は「彼の角部屋／狭すぎる／掃除を怠れ／手を取り合って／もし仕送りが／ゴキブリみたい」という感じ。この歌詞の気に入らない個所、仮に「狭すぎる」を直すように指示すると、またクマが「散らかった」「心をこめて」「風呂がない」などの選択肢を提案するので、その中から気に入ったフレーズを選んでいく。基本はこの繰り返しだ。『どこでもいっしょ』のように、クマとコミュニケーションを取って新しい単語を教えると、歌詞に盛り込んでくれることもある。歌詞にOKを出し、曲調やタイトルも決まると歌が完成、クマの歌唱シーンへ。おかしな衣装を着たクマが合成音声で切々と演歌をうたう。ここが最大の見せ場だ。その後、ランキングの発表。順位や売上本数などの条件を満たせば、さまざまな賞を取ることもできる。それから、作った歌をネット経由で披露するという要素もある。

さて、本作のポイントは、どのような歌詞を選べば売上本数が上がるか、が明示されていないということ。一応テーマに沿った歌詞を選べばいいという指針はおぼろげにあるが、それがすべてではないし、本作の根幹でもない。あくまでプレイヤーの価値観の中で良い、悪いの判断をつけ、自分にしっくりくる歌詞を選ぶのが『くまうた』の基本だ。この辺り、他のゲームとは大きく異なる。

言ってみれば、『くまうた』以外のゲームの多くは問題集のドリルのようなものだ。常に答えを探し、出題者であるコンピュータの顔色を見ながら正解への道をたどる。だが、『くまうた』にはこの要素は薄い。それは、ゲームのプレイヤーが評価される側からする側へ、180度転換したことを示す。クマが作ってくれた歌を、遊び手が直していく。二人三脚で生まれた歌を最後に評価するのは自分だ。もちろん歌が売れれば多少は嬉しいが、いいかげんに作った歌で賞を取ってもむなしさが募る。逆に、精魂を込めた歌ならどれだ

け売れなくても大事な作品として残しておきたいと思う。

　これは芸術的な創作活動に通じるのではないか。必ずしもクマが思いどおりのフレーズを作ってくれない中、どこまで妥協するのか、一体どんなメッセージを歌に込めたいのか、自問自答を繰り返す。そして、出来上がった歌詞がクマの熱唱として形になる。例えるなら、壺を焼くような感じだろうか。プレイヤーと歌詞の間にクマが介在しているので、ただ歌を作るツールにとどまらないことも大きい。偶然に生まれたフレーズの面白さがベースにはあるが、それに対して自分がどう思うか、その歌詞をどう意味づけるのかが常に問われる。身を委ねるだけではうわべの面白さしか楽しめない、ある意味ストイックなゲームと言えるだろう。

クマがいるから演歌の道に邁進する

　振り返ってみれば、TVゲームはいかにプレイヤーを評価するか、に心血を注いできた。倒しづらい敵は高得点。そんなところから始まり、ステージ数の増大や、マルチエンディングなど、さまざまに発展していく。ゲームの中だけでどれだけプレイヤーを大げさに褒められるか。対外向けだったスコアがお金という形でゲーム内世界に還元されるようになったのも、その工夫の一環だろう。隠しイベントやコンプリート要素もそうだ。TVゲーム登場以前の旧来の〝遊び〟の構成要素の中からTVゲームが受け持ったのは、遊び相手以外に評価者という役割だった、と言っても過言ではない。だが、それは突き詰めれば、無限にプレイヤーをふるいにかける作業となる。プレイヤーは自分がいかに下手かを知りたいわけではない。いかに巧いかを褒められたいだけだ。なのに、巧い人を褒めるために、たくさんの下手な人を作り出す必要がある。これが行き着く先は、やみくもな規模の増大か、あらゆるセーフティネットを作って勝負漬けの回避を図るか……。いずれにせよ、もうかなりのところまで来ているのではないか。

　本作には、そうした評価者としての顔ではない、TVゲームの可能性が見える。コンピュータ（クマ）との関係を通して、自分が自分と向き合う。これは、人とゲームのもうひとつのかかわり方として、もっと光を当てられるべきだ。今回提示されたこの関係性は『くまうた』の制作者、森川幸人氏が以前手がけた『がんばれ森川君2号』や『ここ掘れ！　プッカ』の延長線上にある。ただし、先の2作にはこうすれば正解というルートが存在した。それに対し、クマが見せる言語センスという個性の輝きに歌詞という答えの出ないものを組み合わせた、これが『くまうた』の新しさだ。ゲーム的な要素として賞取りレースはあるものの、ほとんどご褒美はなく、演出もあっさりしている。本作には「クリアしなくては」といった義務感や焦燥感はない。プレイしてみれば既存のゲームと夢中になるときの感覚が異なることに気づくだろう。それでも「ゲームはクリアするものだ」と思い込んでいるユーザーには不向きだ。

　〝サッカー選手の悲哀〟〝侍の暴走〟〝卑猥な王侯貴族〟〝株式で貧乏一直線〟。どんな内容でも妥協を許さず、クマと協力して最高と思える歌ができたとき、『くまうた』は真のエンディングを迎える。



「株式」「科学」「野球」等、テーマはプレイするうちに増えていく。最初からクマの語いは豊富で笑える。

関連作品

がんばれ森川君2号

ETC
SCE
PS　¥4,800円　97年5月23日

　学習するAIを搭載した育成ゲーム。森川君ことPitという人工生命を見守り、周囲の物体に対する正解の行動を教えていく。目標はあるが、育った森川君の動きをめでるのが中心。『くまうた』もそうだが、クリアを至上命題とするユーザーには向かない。

フロントミッション4

混迷を続けたシリーズ、ついに復活 虚飾を廃した質実剛健な作りに感銘！

戦術的な駆け引きの面白さを凝縮。新旧を問わずすべてのプレイヤーにお薦めしたい、傑作「SLG」がここにある。

『2』以降の不振を脱したシリーズ屈指の会心作

『フロントミッション4』（以下『FM4』）は、ジャンル的にはSRPGだが、実際にはSLGに分類したほうが内実にかなっているだろう。というのも、戦術的な面白さが突出しており、キャラクターの成長はそれを補助する位置づけになっているからだ。キャラクターの成長なくしてクリアは不可能だが、ゲームが進むにつれ、敵も相対的に強くなってくるので、成長だけでは勝利はつかめない。戦術的な視点に立った作戦が不可欠であり、成長はそのプランに沿って的確に行う必要がある。これはまさに戦術SLGの面白さにほかならない。

……ちょっと話が先走ってしまった。が、それぐらい『FM4』は戦術の駆け引きが面白い。シリーズの第5作にあたるが、過去の作品を知らなくても、この楽しさを味わうことに何の支障もない。その意味で、シリーズ未体験者にもお薦めできる。また、従来からのファンには、こう言えよう。

「今回は大丈夫。買いだ」

そう、『2』以降、続いていた長い不振はついに終わった。『フロントミッション』は、この第5作に至って、『1』に勝るとも劣らぬレベルに戻ったのだ。

2つの物語が戦術性の幅を広げる

物語的には、ヨーロッパと南米という2つの地域を舞台に、国際的規模の陰謀と戦う2組のチームの活躍が描かれていく。全ステージ数は29。ただし、チュートリアル的なミニステージがあるので、これを加えれば30となる。ヨーロッパと南米のシナリオは中盤過ぎまでかかわりがなく、登場する敵や使用できる武器・装備などもかなり違う。メンバーの位置づけも異なっていて、かたや公的な戦術研究機関が持つ戦闘部隊、かたや正規軍からの脱走兵とゲリラの混合軍である。必然的に物語のトーンも変わっており、双方の独立性はかなり高い。両シナリオの主人公たちは、無線で会話することはあっても、最後まで顔を合わせることがないくらいなのだ。

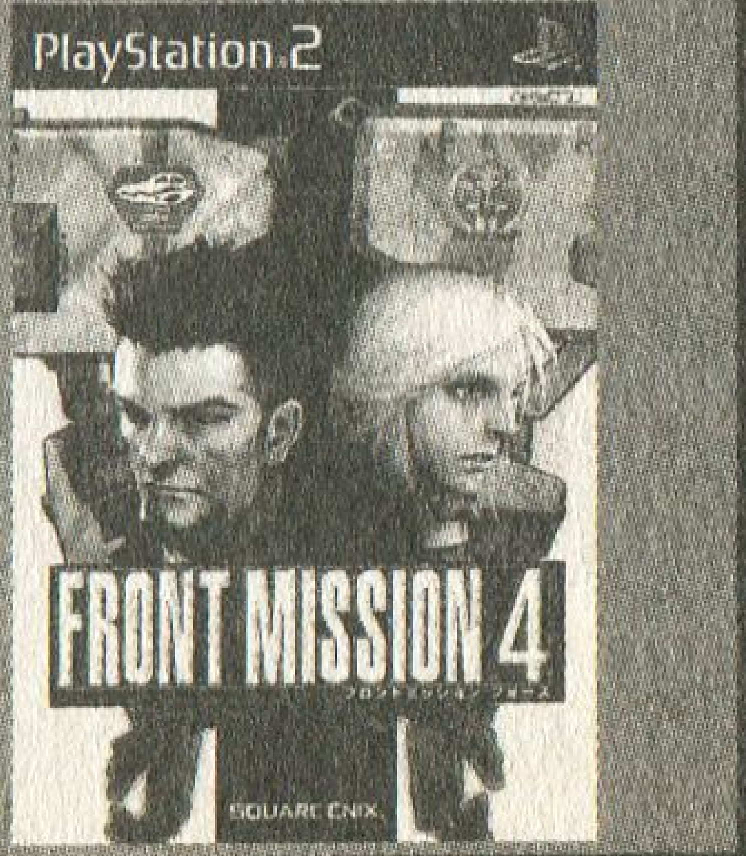
物語の完成度という点から見れば、さほどの傑作というわけではないが（それでも戦争映画の傑作「戦略大作戦」＜※＞を想起させる南米編のシナリオは個人的には気に入った）、敵や装備が異なる以上、勝つためには別々の作戦が必要になってくる。2つの物語という構成は、戦術の幅を広げ、面白さを拡大しているという点から評価するのが妥当だろう。

行動力をどう制御するか シンプルで奥深い攻防

『FM4』は、各ステージで行わ

text by 水野隆志

プレイ時間：72時間



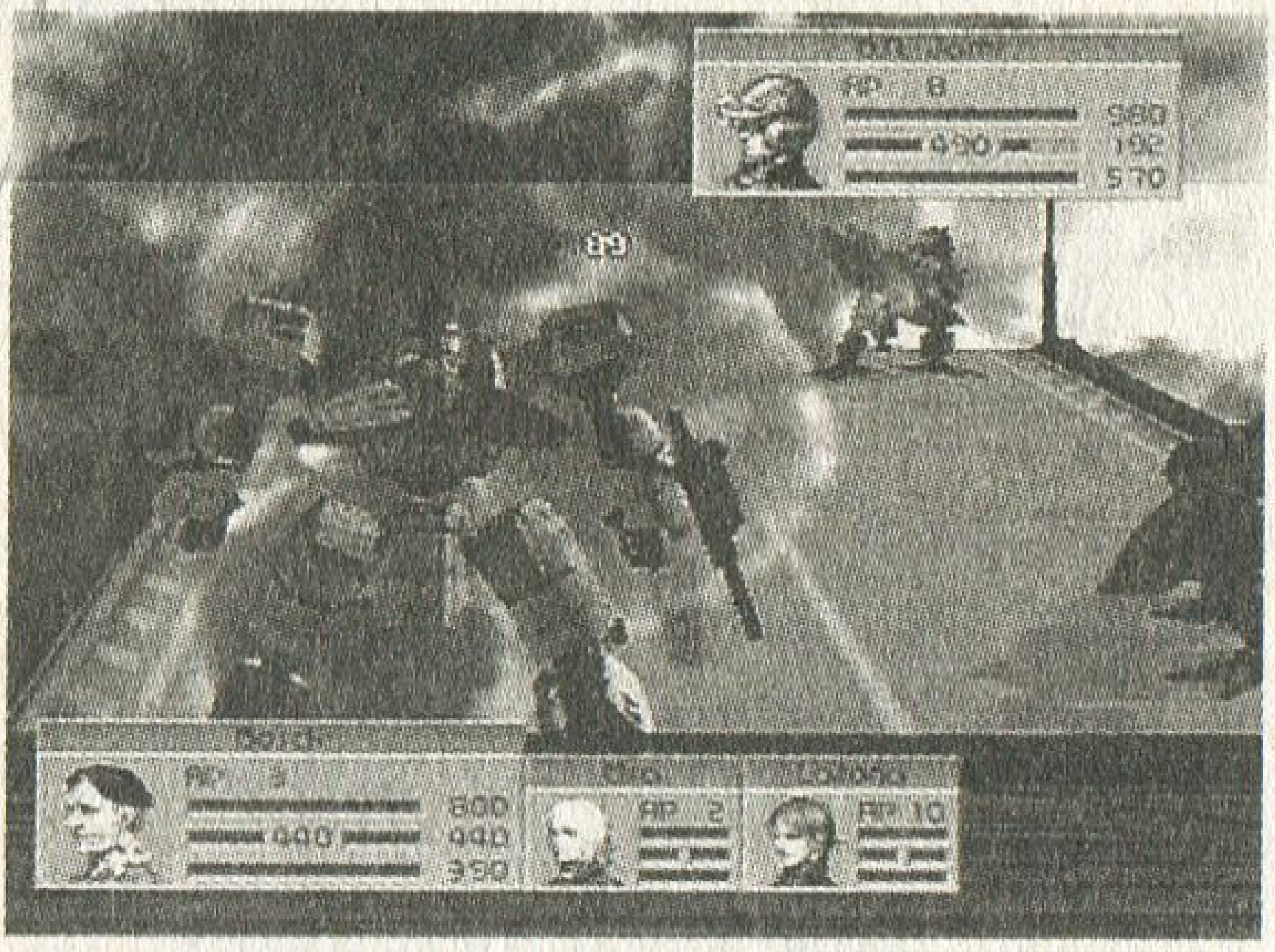
ジ ドラマティックSRPG
メ スクウェア・エニックス
機 PS2
¥6,800円
発 03年12月18日

れる戦闘に勝利し、そこで得た資金と「EP」と呼ばれる経験点を使って、二足歩行型の機動兵器である「ヴァンツァー」と、搭乗者であるキャラクターを強化していくことで進んでいく。

武器、装備、そして各キャラクターが成長することで取得できる「アビリティ」は非常に多岐にわたっており、その膨大さにはこの手のジャンルに慣れている人でも、ちょっと面食らうかもしれない。

だが、恐れることなかれ。

システムの基本は至ってシンプル。「いかに有効に行動力を使うか」。この基本概念だけを覚えておけば、各装備やアビリティの効果についても自然と頭に入ってくるようになっている。しかも、ステージを追って順にシステムが追加されてくるようになっているので、いきなりできることが多くなって混乱するといったこともない。チュートリアルもあり、しかも、いつでも参照可能になっているのもありがたいところだ。


いかに敵に集中攻撃を加えて早く倒すか。その試行錯誤が戦術を考える楽しさを生み出している。

行動力は「AP」という数値で表され、そのターン中に行うあらゆる行動はこれを消費する。具体的には、移動、装備やアイテムの使用、攻撃、支援攻撃の4つだ。

一般的にいって武器の命中度は敵に接近するほど上がるが、武器によって攻撃時に消費されるAPが異なるので、無闇に移動で消費すると、攻撃用のAPが足りないといった事態に陥る。また、APを残しておけば敵のターンに攻撃を受けた際、反撃することも可能になる。あえて遠い位置で止まって攻撃回数を増やす、反撃のAPを残して接近してくる敵を待つ、など、移動の段階で先を見越した戦術眼が問われるのだ。

そして、何よりも重要なのが支援攻撃で、これは「リンクシステム」と呼ばれる。文字ではやや説明しにくいので例を挙げよう。

キャラクターAが味方のB、Cとリンクを張った状態で、敵αを攻撃したとする。この場合、BとCは敵αが武器の有効射程内にいて、かつ攻撃可能なAPが残っていれば、自分の順番に関係なく支援攻撃ができるのだ。

『FM4』では、1ターンに各キャラクターは1回しか攻撃ができない。だがリンクをうまく使えば攻撃回数が飛躍的に増え、その分敵に与えるダメージも大きくなっていく。しかも、これは防御時にも使える。前述の例でAがαから攻撃されたとき、Aが反撃できるのは当然としても、B、Cも射程と残APの条件を満たしていれば反撃ができる。逆に言えば、リンクを張っている敵のひとつをうっかり攻撃すると敵からの集中攻撃が来ることもあるわけだ。

誰にどんな武器を持たせ、どうリンクを張るか。膨大な各装備やアビリティは、このバリエーションを幾多にも増やしてくれる。各ステージのゲームバランスはこうした試行錯誤を前提に作られているので、準備を怠るとなかなか勝てない。だが、戦術を立てて臨めばなんとかなる。しかも1つの正解があるわけではなく、さまざまな戦術で勝利をつかむことができるのだ。スタイルにこだわった戦いもできるし、なるべく軽微な損害でクリアすることを考えてもいい。プレイヤーの裁量はかなり広く、そこが実に楽しい。

間口が狭く奥行きの広いシステムを核にすえ、ゲーム性の面白さで勝負している『FM4』。その潔さと練り込まれたバランスセンスは抜群だ。シリーズの復活を告げる、文字通りの会心作である。

関連作品

ヴェルベットファイルPlus

ジ SLG
メ ダズ
機 PS2　¥3,800円　発 01年3月29日

東京で起こったクーデター計画を描く硬派ＳＬＧ。00年8月に発売された『ヴェルベットファイル』の調整版だが、それでも難度はやや高め。ＰＳ2専用プリンタをつなぐことで機体のペーパークラフトが作れるという変わった仕様がついている。

超時空要塞マクロス

「リアル」と「ケレン味」のはざまで……『マクロス』ゲーム野心作

03年末のキャラゲームラッシュに登場した初代『マクロス』ゲームが直面する『マクロス』ゲーム化の難しさ。

text by 前本進一
プレイ時間：72時間



ジ 3Dアクションシューティング
メ バンダイ
機 PS2
¥ 6,800円
発 03年10月23日

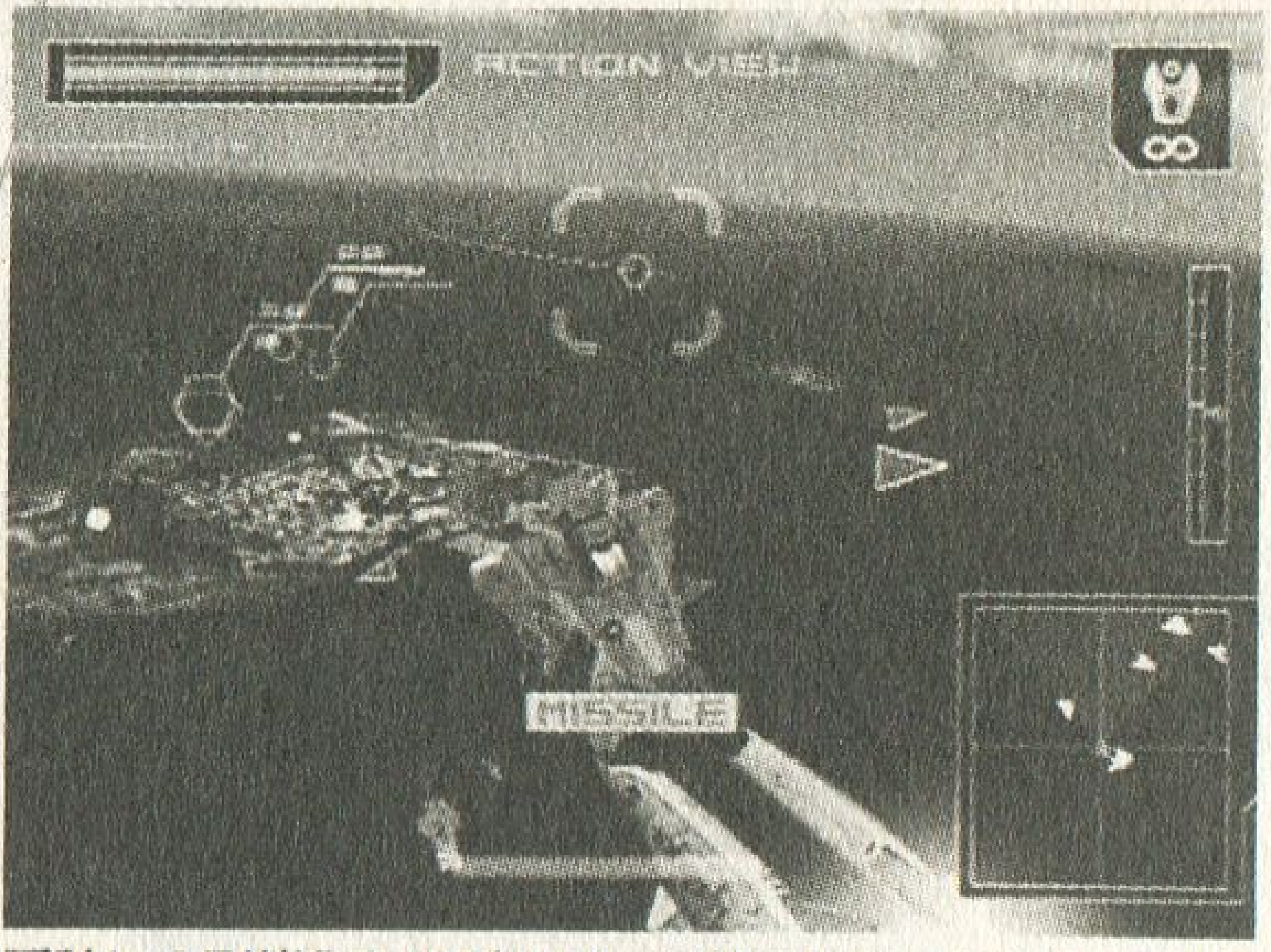
『マクロス』というビジュアルショック

襲い来る無数のミサイルの中をノンストップで駆け抜ける可変戦闘機、その名はバルキリー。『マクロス』の戦闘シーンはアニメ史におけるエポックメイキングです。それまで変形は「決め技」の一種で、料理に例えるならばメインディッシュ。一部の例外を除き、番組ラストで1回だけ行うものが多かったのです。しかし、『マクロス』での変形は「目まぐるしく変わる戦局の中で、その時その時に応じて最適の形を取る」という機能重視主義。視聴者にさえも確認できない速度で無造作に変形を繰り返すさまは、先の料理の例えにならうなら、メインディッシュが次々と供されるというおきて破りの大盤振る舞い。結果、変形するバルキリーの玩具は大ヒット。「高速戦闘」「可変メカ」はアニメ界の新トレンドとなったのです。そんな「マクロスショック」をディスプレイ上で再現しようとする動きが起こったのも道理で、PC-8801やファミコン時代から連綿と続く本家『マクロス』ゲームのほかにも、海外の『ロボテック』ものゲーム、『オメガブースト』のように『マクロス』の名を冠さないながらもバルキリーからインスパイアされたとおぼしき可変戦闘機や小型ミサイルの登場するゲームが多数登場しました。そんな中、2003年後半の「キャラゲームルネッサンス」とでも言うべき時期に登場したのが本作PS2版『マクロス』。画面こそフライトシミュレータ的ですが、内容は爽快感重視のアクションゲームです。本作のバルキリーは1000発近いマイクロミサイルと無限に使えるガンポッドを武装とし、フルスロットルで母艦の甲板へ垂直に突っ込んでもダメージもなく自動変形で着地してくれるスーパー戦闘機。群がる敵をちぎっては投げちぎっては投げ、気がつくと撃墜数が100機を超えていることさえある「バルキリー無双」状態は、昔からのゲームプレイヤーであればあるほど感慨深い光景となるでしょう。先述の高速戦闘（通称「板野サーカス」）は、「コマンド入力による特殊回避」と「ミサイル一斉発射」時に発生するデモ画面によって再現されています。このデモ画面は、普段とは異なったアングルでバルキリーの動きをとらえるというもの。信じられない高機動で敵の攻撃を回避したりミサイルを一斉発射する「見せ場」が、バルキリー中心のゲーム的視点ではなくアニメに近いアングルで表現されるのです。

ケレン味とリアルさと

本作の難易度は低めで、極端な話、ファイター（戦闘機）形態での

ミサイルのばらまきと、バトロイド(ロボット)形態での至近ロックのやり方さえ覚えてしまえばクリアすることが可能。しかしマクロスショックの洗礼を受けた世代としてはより美しく、よりバルキリーらしく戦うという課題が残ります。しかし、単にクリアするだけでなく、3形態を使いこなすとなると、使用するボタンが増えるため敷居が高くなります。例えば「バトロイドで相手を追いかけつつ攻撃する」となるとロックボタン(L2)とブーストボタン(×)、ガンポッドの発射ボタン(□)と頭部レーザーの発射ボタン(○)を同時押しする



瞬時に3形態うちのどれが一番状況に合っているのかを判断しなくてはいけないため、考えを休める暇はない。

必要があります。ガウォーク(戦闘機とロボットの中間形態)は更に複雑で「上昇しつつ左右に動いてミサイルを撃つ」動きをしたけば、ミサイルのロックボタン(○)を押しつつ、右アナログスティックを上に倒した(もしくはL1R1ボタン同時押し)後にL1、R1ボタンで左右に移動、ロック完了後に○ボタンを離す……といった操作が必要に。以上はデフォルト操作で、ある程度簡略化された操作も用意されているのですが、それでもやや複雑です。慣れてくるとこの複雑さこそが喜びとなってくるのですが、「そこまで到達できない」という声もよく耳にします。確かに、用途の異なった3つの形態に変形し高速で戦うバルキリーが実際に存在するとしたら、コクピットにおける操作は複雑なものでしょう。しかし、この複雑な操作によって、本作の「敵の群れの中で暴れ回る快感」「いい意味でのアバウトさ」が伝わるべきところに伝わっていないのではないでしょうか。せっかく、墜落してもノーダメージ、反応弾で敵をまとめて吹き飛ばす…というケレン味あふれた野心的なバランスになっているのですから、簡略化した操作であってもよかったのではないでしょうか。

ミンメイの歌を聴くすべての者に……20世紀の宿題

『マクロス』はゲーム化の難しいタイトルです。「バルキリーという機種のリアルなフライトシミュレータが欲しい」主観主義か、「リアルでなくても、操作できなくてもいいからバルキリーの活躍が見たい」俯瞰主義なのか。見どころは目まぐるしいミサイル回避や高速戦闘にあり、魅力はバルキリーのパイロットとなっての機体の操作や変形にあるというわけで、両者を両立させようとすると、リアルな操作形態が再現される中、目まぐるしい高速戦闘を行わなければならない、とても操作しきれないゲームになりかねない危険を秘めているのです。そんな中、『マクロス』が何度となくゲーム化されてきたのは、アニメ界がゲーム界に課した「『マクロス』的戦闘シーンの再現」という「20世紀の宿題」を成し遂げんとするかのようです。そうした意味では、本作は独立した作品というより、過去の『マクロス』的なものを再現しようとしたゲームすべてのリメイクであるのかもしれません。壮絶な対集団戦と生音の歌にのっての戦闘という大きな課題はPS2のマシンパワーによって成し遂げられました（最終面の盛り上がりは『マクロス』ゲーム史上でも特筆すべき出来栄えとなっています）。『マクロス』はこれから何度もゲーム化され続けるでしょう。そんな道のりの中、本作は爽快な演出とシミュレータ的操作という、相反する要素を融合させたゲームとして記録に残ることは間違いないのではないでしょうか。

関連作品

オメガブースト

ジSTG
メSCE
機PS ¥5,800円 発99年4月22日

3DSTGの名作。その目まぐるしい高速戦闘には、『マクロス』からの影響が色濃く見られる。また、敵としてバルキリーとよく似た可変戦闘機が登場し、『マクロス』的な軌道の小型ミサイルで攻撃してくる。
メカニックデザインはバルキリーの生みの親である河森正治で、さまざまな意味で『マクロス』とは縁が深い作品と言えるだろう。

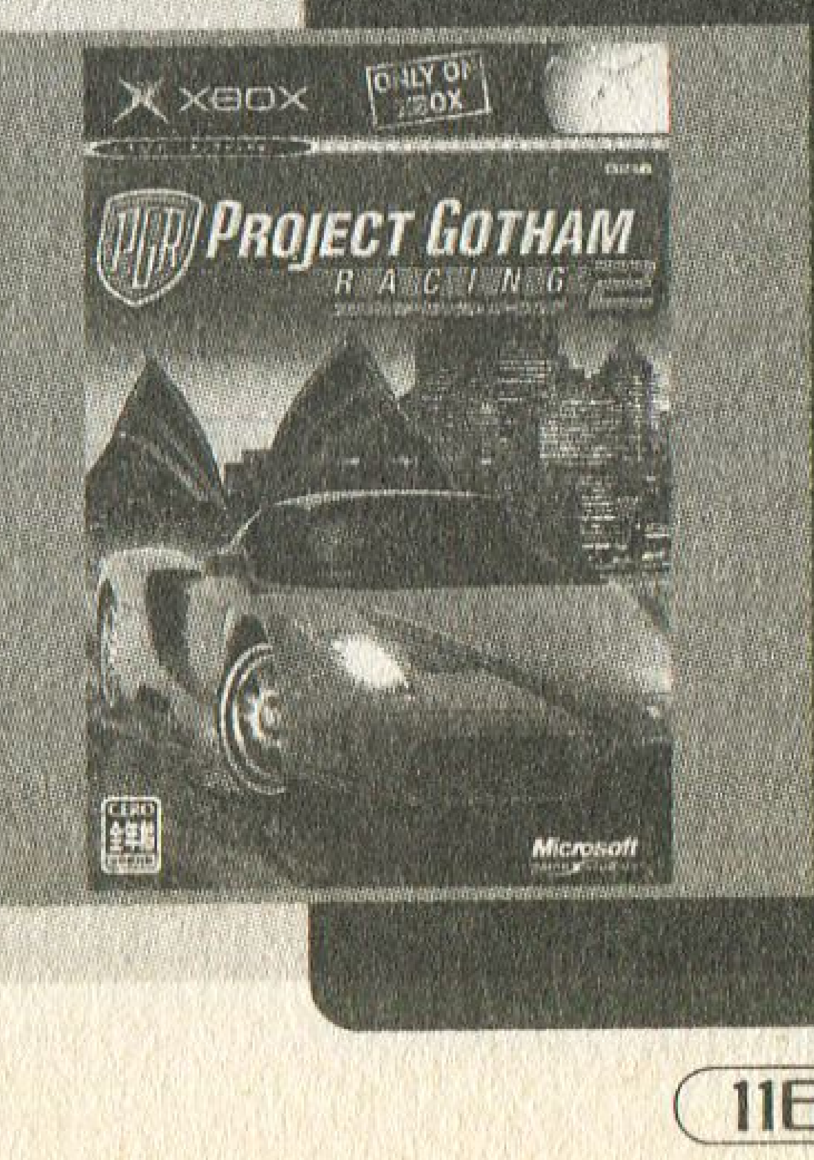
プロジェクト ゴッサム レーシング2

車種だけ見ればかなりマニアック ゲームの中身はかなり複雑

ちょっと微妙なシステムとドリフト判定だが、前作からの進化は確実にうかがうことができる。願わくば、さらなる進化を……。

text by ハービー吉村

プレイ時間：40時間



ジ スタイリッシュ・レーシング
メ マイクロソフト
機 XBOX
¥ 6,800円
発 03年11月20日

スタンダードである『GT』との違い

年末に向けて、レースゲームのビッグタイトル（『マリオカートダブルダッシュ!!』『R：レーシングエヴォリューション』『グランツーリスモ4"プロローグ"版』）が相次いで発売された。

そんな中、XBOXソフトということで割と無視されがちではあるが『プロジェクト ゴッサム レーシング2』(以下『PGR2』)は、非常に良くできている。

レースゲームのレビューということで、どうしてもスタンダードである『グランツーリスモ』（以下『GT』）シリーズと比べることになるのだが、登場車種がほとんどかぶっていないところが『PGR2』最大の魅力となっている。

ライセンスの都合なのだろうが、『GT』シリーズには、スポーツカーメーカーとして最高峰である「フェラーリ」と「ポルシェ」が登場しない。『PGR2』には、かなりマニアックな「フェラーリ」と「ポルシェ」が登場する。これだけでもマニアにとって『PGR2』は買いだろう。

さらにつけ加えれば、登場車種に「ランチア・ストラトス」「ディノ」「73カレラRS」があるということは、まさにスーパーカー世代直撃のラインナップと言っても過言ではあるまい。惜しむらくは、「ランボルギーニ・ミウラ／イオタ／カウンタック」や「365／512BB」「マセラッティ・ボーラ／メラク」「デ・トマゾ・パンテーラ」などがあれば完璧だったのだが、まぁ、ぜいたくを言い出したらキリがあるまい。

登場車種の話をもう少しすると90年代のバブル・スーパーカー「ポルシェ959」や「フェラーリF40／F50」も登場する。最新鋭スーパーカー「フェラーリ・エンツォ」のほか「ジャガーXJ220」も登場する。そんなマニアックな登場車種が『PGR2』が裏『GT』に感じさせるのだ。

『PGR2』が『GT』シリーズと明確に違うのは、ドライビング・シミュレータではなく、レースゲームに特化しているところだろう。それ故、マシンセッティングやチューニングという要素が大胆にカットされてしまっている。そのことについては賛否両論だろうが、基本セッティングのデキがイイので、レースゲームとしては及第点を与えられる。

基本セッティングは弱オーバーステアで、どんな車種でもキッチリとブレーキングドリフトでコーナーを曲がることができる。直線番長という異名のある、アンダーステアの代表のような「フェラーリ・テスタロッサ」でさえもカートのように曲がるのはヤリスギのような気もするが……。

さすがに大馬力車（スーパーカークラス以上）になると、タイヤがパワーに負けてしまうのだが、基本的に公道サーキットを走るので『ドライビング・エモーション・タイプS』（以下『タイプS』）のように直線をドリフトしながら走るようなことにはならない（『タイプS』はノーマルタイヤでサーキットを走るので、まったくグリップしないという大問題がある）。

『PGR2』では、200馬力前後の車が、タイヤとのバランスやコースとの相性が良いような印象を受けた。クラシックカーとして登場する「73カレラRS」を走らせていると、本当に楽しい。

それに比べると、目玉であるはずの（オープニング・デモにも登場する）「フェラーリ・エンツォ」は速すぎて、何というか走らせていても、そんなに楽しくない。市街地コースが多いからギア比が合っていないのかもしれないが、2速と3速が離れすぎていて、ギャンギャンとエンジン音だけがうるさく感じられてしまうのだ。

とは言っても、一番イイ音がするのは、間違いなくフェラーリだ。『PGR2』の魅力のひとつが、このエキゾースト・ノートなので、必然的にフェラーリを走らせることが多くなるだろう（「モデナ」も「F355」もイイ音がします）。

ゲームの難易度も、なかなかバランスが取れていて、レースゲームをやり慣れている人ならば、シルバーメダル（ミディアム）までならば、ほぼ楽勝でイケる。しかしゴールドメダル（ハード）となると、ライバル車がかなりエグいブロックをしてくるので、上級者でも苦労するかもしれない。その上のプラチナメダル（エキスパート）ともなると、ライバル車がかなり速いので、まさにテール・トゥ・ノーズのレースを楽しめる。

今までのレースゲームのように先行逃げ切りのブッチギリで優勝というわけにはいかないところが、レースゲームマニアとしては非常にウレシイ。

クードスポイントの加算に「？」

『PGR2』は非常に良くできたレースゲームなのだが、少し不可解な点もいくつかある。

まず、このゲームでは「美しく走る」というコンセプトの下、レースに勝ったり、ドリフトを決めたりするたびにクードスポイントという点数がつき、一定のポイントがたまるとレベルアップして、トークンというポイントで新車をゲットするという、なんだかよくわからないシステムになっている。

そのシステム自体に問題はないのだが、どうもドリフトの基準としてリア・タイヤがスキッド・アウトしないといけないらしい。つまり、キレイに慣性ドリフトを決めてもクードスポイントは加算されず、むしろコーナリングに失敗してタコ踊りをしている時にポイントが加算されたりするのだ。制作者はドリフトというものを誤解しているのではないだろうか？

あとは、やたらと夜のコースが多いのも、ちょっとどうかと思う。夜景が綺麗なコースならともかく、ゴーストタウンのようなモスクワやシカゴ、ストックホルムの市街地コースの夜間走行は、ただ走りにくいだけになってしまっている。

専用サーキットのニュルブルクリンクは、文句なく面白いコースではあるが、その他のコースがあまり面白くない市街地コースしかないという弱点は、ぜひ次回作では克服していただきたい。



前に出ようとすると率先してブロックを仕掛けてくるライバル車たち。一瞬レースゲームとはなくなる瞬間かも……。

関連作品

プロジェクト ゴッサム：ワールド ストリート レーサー

ジレース
メマイクロソフト
機XBOX ¥6,800円 発02年2月22日

明らかに前作よりも完成度は上。これからも裏『GT』として精進してほしい。それからマイクロソフトはフォースフィードバック付のステアリング・コントローラを早く出すように！

大番長 -Big Bang Age-

素晴らしきエロゲー しかしエロが蛇足の自家撞着

制作側とユーザーが淫靡の増量に流されていては、マンネリ化した"お約束"は抜け出せない。

text by 吉田龍司
プレイ時間：50時間



ジ 地域制圧型シミュレーション
メ アリスソフト
機 Win
¥ 8,500円
発 03年12月19日

タイトルを聞いただけで、素晴らしい、とうなった。

『大番長』は『鬼畜王ランス』、『大悪司』に続くアリスの国取りシミュレーション第3弾。過去2作で築き上げたシステムを利用する今作は、硬派番長世界が舞台となった。

番長ものといえば、かつての少年マンガの花形ジャンルである。「男一匹ガキ大将」、「男組」、「なんと孫六（前半部分）」――数え上げてもキリがない。その基本構成は、舞台設定が明確に学園であることと、正しい番長と悪い番長の登場、そして問題は全部ケンカで解決、の三本柱である。

こうした番長ものの原風景として個人的に一番好きなのは、ちばてつやの「ハリスの旋風」だ。誇りを賭けた凄絶な一騎打ち。互いに河原に寝そべって「おまえもなかなかやるじゃないか」なんて芽生える友情、「喧嘩はダメよ」と優しく言ってくれるおしゃまな美少女、「ここはあっしにまかせてくだせえ！」と身を投げ出すかわいい子分……『大悪司』の焼け跡闇市世界もそうだったのだが、こうした硬派番長ものも今やRPG世界に劣らぬファンタジーワールドである。ああアリスは古色蒼然とした学園番長ものにも息吹を与え、エロゲーとして昇華してくれるのだな、と期待したのである。

相変わらずの中毒性 基本システムも変りなし

最初に言っておくが、本当に面白かった。久々に寝食を忘れさせるゲームである。ライセンシーの縛りがある家庭用ゲームとは異なり、自由なPCゲームとして、作り手の開放感がびしびしと伝わってくるせいもあるのだろうか。エロゲーは元気だ。

『大番長』の構成は「学園編」、「県内編」、「全国編」の三部構成となっている。学園～県内がチュートリアル的仕様となっており、本編は全国編から、という作りだ。『信長の野望』的な国取りシミュレーションとして、ゲームは①戦い、②運営資金の調達、③人材登用・管理の3つがポイントとなり、これに④エロ、がプラスアルファの要素となってくる。

『大悪司』からの変更点はあまりない。①の戦闘モードは、相変わらず単純ながら読み合いが楽しい。経験値獲得→仲間のレベルアップはパラメータ自動振り分けとなった。育てる楽しみと手間を秤にかければこの改編はアリだと思う。

②の資金調達は、各地域からの収入のほか、カレーハウスやハニー建設からの収入がプラスされる。ことインパクトとエロゲーのアイデンティティという点では前作の売春宿モードには劣るが、作品世界を維持するためには致し方ないかもしれない。

③の人材面は基本的に変わらな



ヒロインである6人はスネたり、喜んだり、爆弾こそないものの某コンシューマギャルゲーテイストを感じる

いが、忠誠度の維持などマネジメントがかなり煩雑になった。これは配下を多くすればするほど悩ましい問題となる。難易度の点で全般に言えることだが、キャラクリ（登場人物のエピソードを見ること）などゲームを味わい尽くそうとすれば、攻略サイトの閲覧が不可欠となる。確かにDVD-ROMというメディアのハードルを考えれば、浮かんでくるユーザー層はこれを苦にしないかもしれないが……もう少しキャラは減らして、エピソードを増やし、かつキャラクリ難易を低くしてほしい。いくら何でもこれほど複雑ではクリアしても達成感が得づらい。

古き良き番長世界はいずこ

さて、問題は④のエロである。これはユーザーの資質によるところも多いだろうが（笑）、僕は率直に言ってダメだった。今作のエロは、複数のターンごとに各ヒロインとHし、気力や体力を回復しつつ、友好を深めるというもの。なるほど、声が入ったことも興味深い。しかし、である。システマティックに類型的なHを消費させられる作業は全然楽しくなかったのだ。『大悪司』ではピカレスク感あふれる乱暴・強姦行為が面白かった。仁義なき世界だからこそ、あれは必然性のあるエロだったと思う。だが今作の主人公は正義の番長であり、学園世界にはこうしたエロは合わない。だが学園ものには学園にあったエロがあったと思うのだ。

たとえば、番長ものに欠かせない委員長は、いつまでたっても結ばれない恋のさや当てがエロなのである。幼なじみにしても、幼児期の無邪気な体験とモラトリアムがあるからこそエロなのだ。今作では、冒頭からヒロインは簡単に体を許してくれる。無論、ゲームバランス的に常に身体を捧げてくれる"醜女（しこめ）の深情け"的キャラがあってもいい。だが全員が全員、右へならえの大股開きとはあまりに思慮がなさ過ぎるのではないか。そもそも非処女となった学級委員長は、ヒロインとしてありなのか。

何か制作側もユーザーもつまらない"お約束"に縛られているような気がするのだ。淫靡なCGと淫靡な声の容量が多いほどゲームのエロ度とは増すものなのか。極端な話、ヒロインと最後の最後のただ1回のHではダメなのか。正直、このゲームはH抜きでも全然楽しい。だから余計にエロが蛇足に感じられてしまうのである。

加えて、特に全国編から番長ものテイストが急速に薄まるのも気になった。敵勢力は大悪司に出てきてもおかしくないような、学園ものとはまったくかけ離れたメンツだ。個別で快傑ズバットやCCさくらが出てくるのは面白い。だが、メイン勢力である中世風騎士団、新興宗教的集団、吸血魔団などを見て、それぞれの同人誌的世界観が饒舌に語られれば語られるほど、興覚めていく思いがしたのである。

少年マンガの番長ものも、終盤にネタ切れして学園ものから逸脱してしまう作品が結構ある。だが、まだまだ素晴らしき番長世界が描ききれていない段階で、轍は踏み外さないでほしかったのである。

何回も言うが面白かったのだ。だから、安易な"お約束"が気になった。度重なるHシーンで既読スキップがダラダラ流れるたびに、やり切れなくなった。これなら十分CD-ROMで出せたのに。ライセンシーのない自由な世界で自ら約束事の自縄自縛に陥るのもどうかと思うのだ。

関連作品

大悪司

ジ地域征服型シミュレーション
メアリスソフト
機Win ¥8,500円 発01年11月30日

アリスのご当地オオサカを舞台にした地域制圧ゲーム。背徳性とドライなオタク感覚が見事に結実。キャラの忠誠度は「こます」ことでアップ。悪司の祖父一発を倒すことに誰もが泣かされた。シリーズ的にはキャラのパターンがこの作品で出尽くした感もあることから、「大番長」ではキャラが弱めの印象となる。

零～紅い蝶～

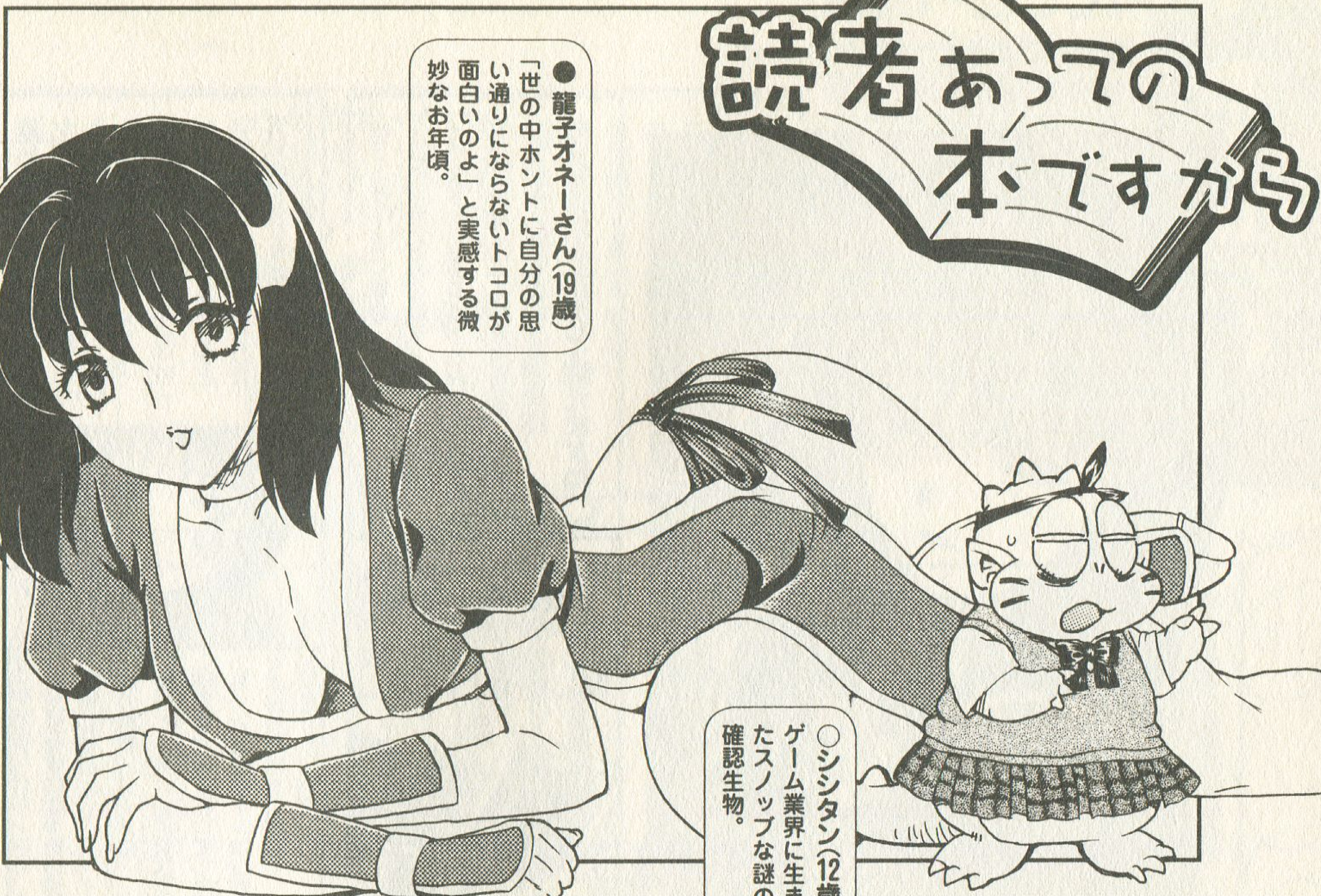
今回の主役は双子姉妹。萌える展開を期待すると痛い目を見る、とっても怖いホラーゲームは、霊の動きがひと味違う！

脳みそホエホエ
プレイ時間：15時間

和風ホラーアドベンチャー
テクモ　PS2　6,800円
03年11月27日




霊によって大ダメージを与える
シャッターチャンスが違うので
そのタイミングを見つけるのも
楽しいところ。
しかも
シャッターチャンスを逃すと
自分がダメージをくらうので
緊張感もあります。
ホラーゲームの場合
1回クリアしてしまうと
イベントの位置などがわかってしまい
怖さが半減してしまいますが
このゲームの場合、2周目は
カメラゲームとして燃えますね。
中には萌えな霊も
ただ少々気になったのが
後半になると
敵の攻撃パターンに
慣れてしまい、最初の頃ほどの
緊張感がなくなってしまいます。
もっとバリエーションがあれば
よかったなぁ。
霊のベストショット集め。一瞬だけ通りすぎる霊を撮るのが楽しいのです! 何処で出るかわかってても難しい霊などもいるし。
ゲームの難易度や
時間のバランスが
前作よりも万人向け
になっているので
前作がクリアできなかったよぉ
って人や、怖いもの好きには
オススメの1本です。
前作は霊の動きが早くてベストショットを撮るのが難しかったんですよ。
くっ……
そうそう、もう一つだけ
心残りなところが
ありました。
テクモということで
期待してたんですけどね。
『DOA』並みの
乳揺れ(大笑)。



読者あっての本ですから

●龍子オネーさん（19歳）
「世の中ホントに自分の思い通りにならないトコロが面白いのよ」と実感する微妙なお年頃。

○シシタン（12歳）
ゲーム業界に生まれたスノッブな謎の未確認生物。

本文・漫画原作：がっぷ獅子丸
イラスト：飛龍乱

本年も「ゲーム批評」をよろしくお願いします！

●ううう〜〜、結局去年の片付けがぜんぜんできませんでした〜〜。大体年末になったらイキナリ片付けようというのがドダイ無理ってモンなんですよトホホ〜〜。誰かこんなオネーさんを叱って下さい〜〜。

○同じコトを毎年言うンデスヨこのアマッコは！　ンで年が明けたら明けたで花粉症だっつって5月までウダウダやってるンデス。誰かマジで頬の2、3発張ってやってクダサイ。

■最近、中国ゲーム市場の記事が気になります。世界中のソフトウエア、メディアを複製しまくる「経済的集団レイプ」が蔓延する不毛の地。正直、ムリかと。

（岩手県　鈴木正次）

○SCEもそーとー苦戦してますネ。

●悠久のアジアに西洋のこずるい理屈を押し付けてもなかなか巧くはいかないってモンですよ。

■「ゲーム雑誌クロスレビュー」面白かったです。読者から見ると、プレゼントの種類が多い「ファミ通」、意見が紹介されやすい「Dengeki GAMES」や「ゲーム批評」がいいと思います。ゲーム脳といえば、保健室前の掲示板にその内容のものがありました。保健の先生と「ゲームといっても色々種類があるのにねぇ」など話して笑っていましたが……。IT教育を進めている教育現場（実はすごく遅れてますが……）にとてもマッチしていました。

（神奈川県　す〜ぎ）

■無職と書けるようになったものの、ゲームをする時間が減っちゃった。

（埼玉県　かりゅうど）

●そんなん減ってエエからちったあ家に金を入れなさい。

■コラボレーションってどうなの？　特集をして欲しい。あのメーカーの人気タイトルをあそこの会社が開発……とか、あのゲームのあのキャラが別のメーカーのあのゲームに……とか。コラボゲーは面白い？　売れてるの？　メーカーやクリエイターはどう思っている？　ユーザーは喜んでるの？

ところで『ポチッとにゃ〜』はいつ発売されるの？　仁井谷さん、

「ゲームジョッキー」出てるけど。
(千葉県　カベジマイサム)

○『マリオパーティ』などはハドソン開発デスヨネ。コラボレーションというと聞こえは良いですが、色んなメーカーがけっこう下請けで開発やってまマス。

■PS2が1200万台以上普及しているのに、一部を除いてソフトの売上げが上がらない（昔のPSやSS時代と比べて）理由を研究してほしい。
(秋田県　夏井健)

○やはりお店でゲームを選ばなくなったというトコロでしょうカ。SCEも自社ソフトをハードと抱き合わせ販売するよりもちっとSCE流通の中小メーカーを愛しては如何でしょう？

■PS2版『超兄貴』と、あるゲームをお店で一緒に買いました。その時は何とも思わなかったけど、レシートには片仮名で『レズ』とうってありました。そう、私が一緒に買ったのはセガの『Rez』。兄貴とレズ……。
(長崎県　たんぱく質)



●『せがれいじり』もレシートに書かれちゃたまんない名前ですよねー。

■パックマンが映画になるらしいのですが、獅子丸先生それについてどう思いますか？
(北海道　サムワン)

○「製作者にはいろいろな意味で冷静な判断を切望します」トノコト。

■「年刊ゲーム批評」はどうなっているのか、教えてくれ年刊（ねーか）？よっしゃ、決まった!!
(東京都　あきろと81)

■頑張って下さい。
(長崎県　ゴシステ2)

■毎号思いますがいい雑誌ですね。自分の周りの友人はゲームは立派な作品と思ってプレイしてます。本を読むように深くプレイして、仲間内で話し合うのが好きなんですが、この本は友人の受けがいいです。大変な仕事とは思いますががんばってください。
(埼玉県　上を向くグラタン)

■最近の貴誌の記事の中で、（笑）とか（苦笑）とか（汗）とか多く見かけます。非常に鼻につきます。今号「ゲーム雑誌クロスレビュー」は面白そうだと思ったんですが、その所為で途中で読むのをやめました。文章でメシを食ってるんで

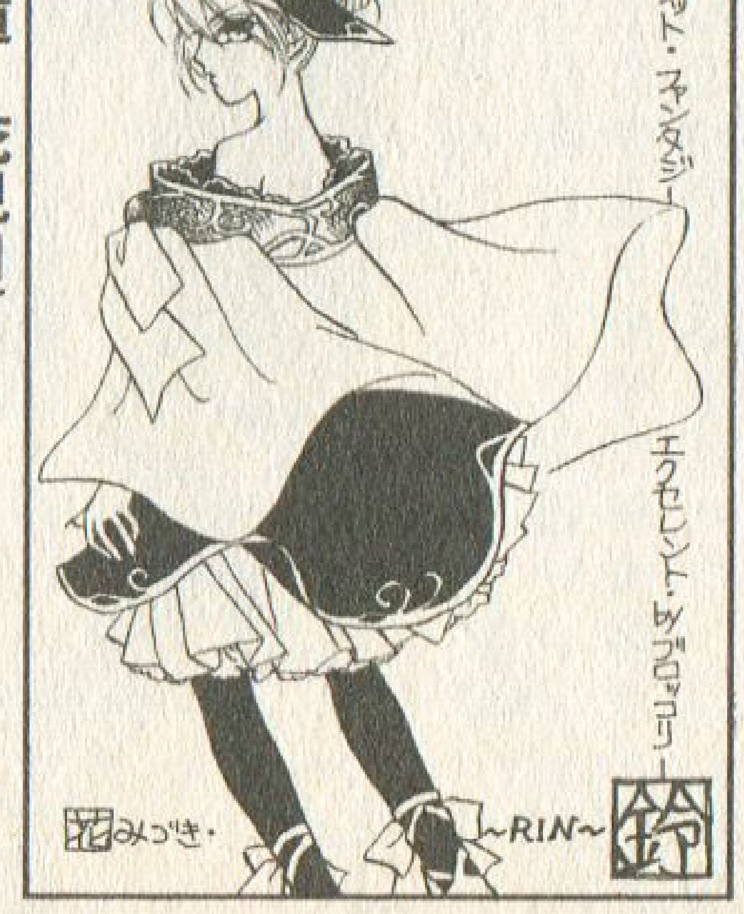
読者イラストギャラリー



〈似鴉〉
クイズ：キャラデザは誰でしょう？



〈群馬県　そらのきば〉
前回のより安心して載せられるよ。



〈北海道　花見月〉
まずはお体をご自愛くださいね。



〈千葉県　ベッカム爺様〉
考えてみると、ゲーム化はひさびさですね。



〈岩手県　ANNA SUI〉
ズレずに夏に出ることを祈りましょう！

切にイラスト募集中！

〒104-0041
東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
㈱マイクロマガジン「隔月刊ゲーム批評」編集部
イラストギャラリー係　まで

すから、素人臭い真似は止したほうがいいと思います。

（山形県　小野祐介）



●オネーさんも仕事のメールで「すみません間違えちゃいました（汗）」とか書いてるのを見ると殺意が芽生えます！

■「ゲーム批評」はアニメネタになるとなぜか論評の質が落ちるような気がする。特に第1特集の冒頭の論評は少々文章が砕けすぎ。正直言って、経済誌が書く、アニメ記事とあまりかわりません。

（東京都　サイレントピクシー）

■「ガンダム特集」は読む気すら起きませんでした。このような崇拝の見られる特集は「ゲーム批評」のお仕事ではないと思います。「ソフト批評」も中には決して中立の立場になっていないような記事や批評になっていない記事も見受けられ、思わず言葉を失いました。ここまでくると、文學界みたいに新人賞を開いて新人ライター発掘に勤しんだほうが良いと痛感しました。ただ、今号のお陰で僕のようにライター応募の決意を固めた人も多いと思いますけど。

（北海道　Geckha［月華］）

■まじめな記事はともかく、もっと肩の力の抜けたくだらない企画で「くっだらなーい！」と大笑いしたい。50号の「モー娘。批評」は読者をケムに巻いた感がサイコーだった。まじめなだけなら誰でもできるとです。

（埼玉県　HDK）

■シシタンのポケットマネーでPS X高い方をプレゼントに!!　セガまでサミーに、次はバンダイだ。マチガイない（笑）！

（青森県　炎の転校星）

○マジで勘弁してクダサイ。

■2ヶ月に一回の雑誌でなるべく休載はしないでほしい。

（秋田県　ENE）

●エエモウ本当ニ……。

■読者コーナーに「ゲーム川柳」なんてどうですか？

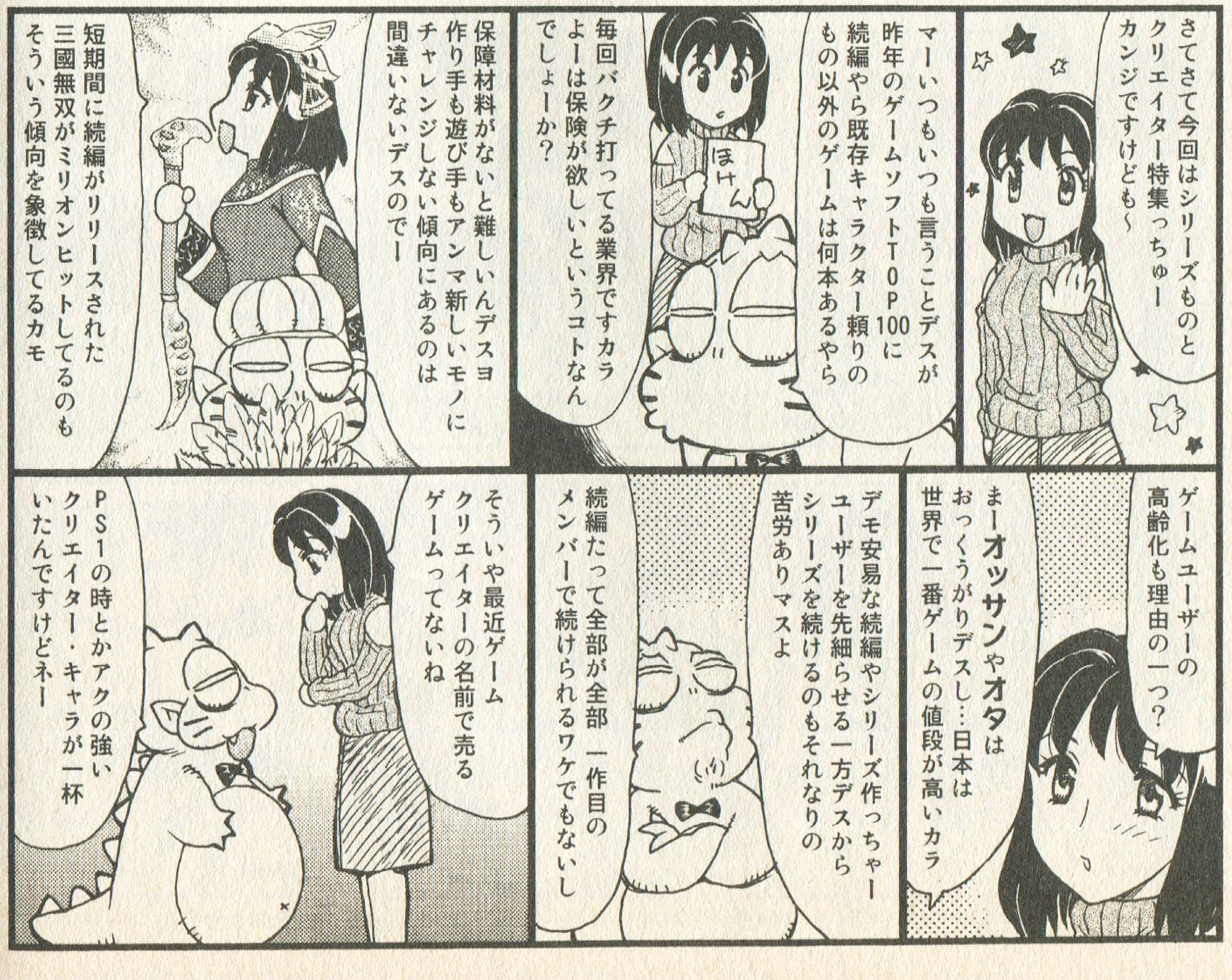
（大阪府　やる気なし男）



○アリだと思いますガ、投稿あり次第ご紹介致します。

気が付けば／シュリンク開けない／ソフトの山（シシタン）

●字余り。



読者遊戯
~DOKUSYAYUHGI~

○と、いうコトで今回のお題は、「思わずゲームで泣けちゃったお話」デス。

■『沙羅曼蛇デラックスパックプラス』をプレイして4面にさしかかった時、そのVGMを口ずさんでいた当時の自分を思い出し、なぜか泣けてしまった。
（山形県　武田　晋さん）

■『マリーのアトリエ』を買った時、ストーリーを辿るゲームばかりやっていたせいか、どうすべきか途方にくれてしまった自分の情けなさに泣けた……。
（茨城県　鯨夢究部さん）

■『ドラクエ』シリーズの中で1個か2個やばいと思いましたが、言うとたいてい笑われます。
（埼玉県　上を向くグラタン）

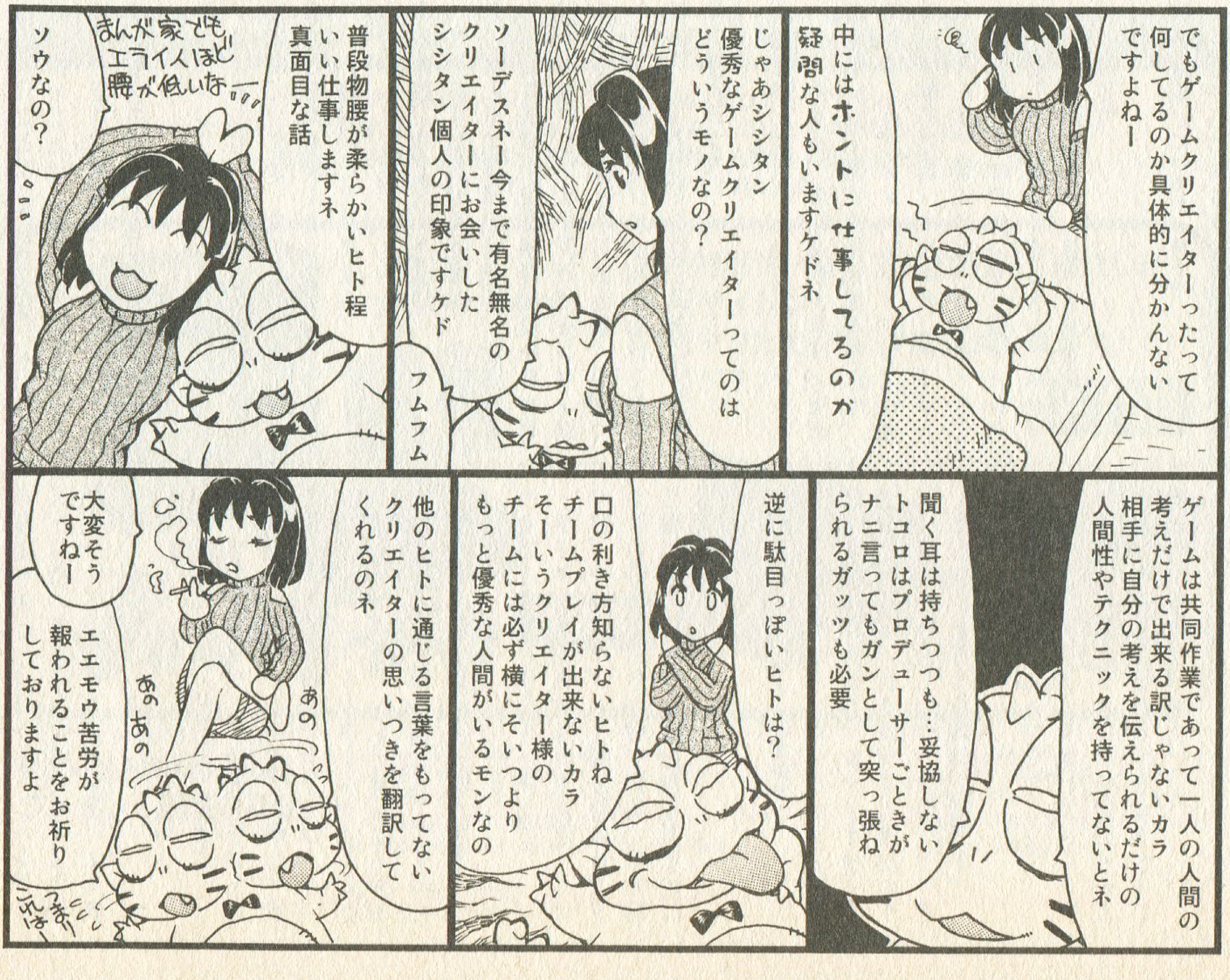
■『EVE burst error』。素晴しいシナリオでした。後の「自称」続編はゴミでしたが。
（神奈川県　メゾンさん）

■『君望』。天川蛍シナリオのラスト、「あいしてる」でぶわっときた。13歳年下の従兄弟（イケメン）に貸したら、俺と同じ所で泣いていた。血のつながりを感じちゃったね。あと、『加奈～いもうと～』も泣ける。加奈の腎臓病が治ったとき、思わずヨメの前で泣いちゃった、テヘ。
（京都市　連打馬鹿さん）

■詳しくは言えませんが最近、ゲーム絡みでそーとーいろんなヒトを泣かしてます。
（埼玉県　がっぷ獅子丸さん）

●連打馬鹿の嫁さんも泣きたい処でしょうが、ネタ投稿を期待した割には本誌読者だけあって真面目ですネ。

○結構多かったのが『EVE burst error』でしたがソンナに泣けるならマジで遊んでみようカシラ。でもって次号のお題は「TVゲームで心も体もリフレッシュ！」デス。トンチのきいた投稿お待ちしておりマス！



執筆者一覧

天野譲二／あまの・じょうじ
著書に「電子遊戯鬼畜道」（マイクロデザイン）、その他「面白いDVDの本」（太田出版）、「日常洋画劇場」（洋泉社）などに執筆。

池谷勇人／いけや・はやと
『マリオカート ダブルダッシュ!!』のおかげで、すっかりドリフトの虜に。相変わらず自転車通勤の日々ですが、コーナーが近づくたび無性にドリフトがしたくなります。

卯月鮎／うづき・あゆ
レビュアー。去年の競馬は結局回収率70%。あまりにひどいので、『スターホース』で現実逃避も……。ほとんど更新せずのサイトは、http://www.f8.dion.ne.jp/~dryfish/

大塚雄二／おおつか・ゆうじ
レビュアー。去年は怒濤の一年だったなぁとため息をつきつつ、忙しいことはいいことだなぁとの葛藤に身を委ねる今日この頃。

大槻典博／おおつき・のりひろ
1971年生まれ。関西大学社会学部卒。テレビゲームとパソコンの双方で幅広い取材を行っている。

がっぷ獅子丸／がっぷ・ししまる
68年生まれ。アーケードおよびコンシューマの企画兼プロデューサー。手がけた作品に某業務用実写流血和風格闘ゲームがある。バカ雑誌のライターを兼業し、仕事との葛藤に悩むシックでメロウな35歳。

ゲイムマン／げいむまん
オールアバウトジャパン、CS「エンタ!371」、「週刊アサヒ芸能」、「別冊宝島」等で活動するアホ。http://www.tv-game.com/

里内武志／さとうち・たけし
広告代理店、デザイン会社からテレビゲーム業界に転じ、複数のメーカーで宣伝／広報／営業事務に携わり、現在フリーの立場で業界を野次っている。ファミコン時代を知る業界古参のゲームおやじ。

武田丸男／たけだ・まるお
広告／デザイン業界からテレビゲーム業界に十余年前に転身。数社のゲーム関連会社で家庭用ゲームソフトの販売・宣伝・ソフトプロデュース業務に携わる。近頃自分のゲームを楽しむいとまがないことを嘆いている。

多根清史／たね・きよし
新選組から「三国志」まで無双にこなすフリーライター。「演義」と「正史」は両方とも紳々&竜々がいないので偽史ということで（NHK史観）。あと『ガチャフォース』、PSBBかXBOX LIVE!に移植してくれませんかねえ。e-mail:jbb02435@nifty.com

テリョン／てりょん
最近車を買いました。本格的な運転は初めてですが、なんというか…抜き身の刀を持ち歩くようなちょうど気持ちいい緊張がたまりません。

中村彰憲／なかむら・あきのり
1969年長野県生まれ、学術博士。名古屋大学国際開発研究科、北京清華大学公共管理学院交換研究員を経て早稲田大学アジア太平洋研究センター助手。専門分野は在中日系企業、中国コンテンツ産業並びに中国における産学連携。ご意見はnakamura.a@wiaps.waseda.ac.jpまで

名越稔洋／なごし・としひろ
65年生まれ。東京造形大学卒。セガ第4研ソフト研究開発部部長を経て、現在アミューズメントヴィジョン社長兼セガ執行役員。セガ時代『バーチャレーシング』等にCGデザイナーとして参加後、プロデューサー兼ディレクターとして『デイトナUSA』等をリリース。最新作は『F—ZERO GX／AX』。

新岡優哉／にいおか・ゆうや
昨年からゴルフゲームばかりやってる気がするフリーライター。「レベルX」に行ってきました。ソフトより懐かしハード（PCエンジン系）で大興奮。

脳みそホエホエ／のうみそ・ほえほえ
イラストレーター。最近携帯ゲームの『シティコネクション』の新作で絵を描いてます。ダウンロードは「iメニュー→メニューリスト→ゲーム→ゲーム1→ミニゲーム→ジャレコiギャレッソ」その他の情報はHPにてhttp://www.ne.jp/asahi/hoe/hoe/

ハービー吉村／はーびー・よしむら
ライター／編集者&レースゲームマニア。やっぱりソニー製品なのか、PS2の寿命が尽きかけている。ほぼ同じ頃に購入したDCは全然元気なのになぁ……。

橋本和明／はしもと・かずあき
小学生の時からプログラマーとしてゲーム制作に携わり、シナリオライターなどを経て、現在はゲーム制作の下請け会社を経営しつつ、フリーライターとしてさまざまな雑誌で活躍中。

原田勝彦／はらだ・かつひこ
『ジャッジメント・シルバーソード』のためにワンダースワンを買おうかなと思ったり思わなかったりするSTG好きのフリーライター。

藤原修二／ふじわら・しゅうじ
今回は色々な取材に参加できて面白かったです。現場の最前線で頑張っている人の話は良いですな。これからも活躍してほしいです。

松岡利康／まつおか・としやす
俗に「暴露本出版社」といわれる鹿砦社（ろくさいしゃ）代表。本誌連載記事とも関連する「アルゼ検証本」第3弾を近く刊行すべく現在準備中。

松田剛／まつだ・つよし
ライター。昨年末、本誌編集部で行われた『WE7』大会に参加。多少は腕に覚えがあったのですが、編集遠藤氏に惨敗しました。強いよ、アンタ。

水野隆志（M2）／みずの・たかし（えむつー）
68年生まれ。ゲームライター兼ディレクター。今冬は体調を壊して、ひどい悪状況で仕事になりました。基礎体力の低下を痛感。

筒本進一／やもと・しんいち
「マクロス」第1話本放送直後に「バルキリーはどうやって変形しているのか」と友人と討論したのが懐かしいゲームライター。

吉田龍司／よしだ・りゅうじ
引っ越した「批評」編集部に初めてお邪魔。快適そうなオフィスとゲームの山に目を見張りました。http://homepage3.nifty.com/dreamdragon/

米光一成／よねみつ・かずなり
ゲームデザイナー&ライター。代表作は『ぷよぷよ』『バロック』「ベストセラー本ゲーム化会議」など。http://www.Lv99.com/で、いろいろ展開中。

【巻頭特集売上データ調べ】
株式会社メディアクリエイト
http://www.m-create.com/jpn/

【お詫びと訂正】

弊誌前号（04年1月号Vol.54）71頁ゲーム雑誌批評特集内イマドキの攻略本、メーカー系攻略本紹介記事におきまして「テイルズ オブ シンフォニア　公式コンプリートガイド」の解説文で発行発売社名をナムコとするところをコナミと表記するという誤記がありました。

読者の皆様ならびに関係者の皆様にご迷惑をおかけしましたことをここにお詫びするとともに、次のように訂正させていただきます。

【誤】
上記写真は最近新しく参入したコナミのものではあるが、
↓
【正】
上記写真は最近新しく参入したナムコのものではあるが、

ゲーム批評「読者プレゼント」

今号も「ゲーム批評」をご愛読いただき、誠にありがとうございます。
アンケートにご回答いただいた方の中から抽選で4名様にプレゼントをお送りいたします。
締切は3月19日、当選者の発表はVol.56（4月3日発売）にて行います。
アンケートについては、128ページをご覧ください。

1. XBOX
プラチナパック

2. 今回「ゲームソフト批評」でご紹介した
『サイレン』
『マリオカート ダブルダッシュ!!』
『バテン・カイトス』

各1名様



1名様

「ゲーム批評 Vol.54」プレゼント当選者発表

1. プレイステーション2本体
2. 「剣神ドラゴンクエスト」
「グランド・セフト・オートⅢ」
「テイルズ オブ シンフォニア」
3. 開発者サイン入り「SWKOTOR」（北米版）

静岡県　よしろうさん
神奈川県　す～ぎさん
福岡県　バリカンハゲルックさん
群馬県　べにいたさん
北海道　三浦冬峰さん

以上、5名となります。
おめでとうございます。

ゲーム批評「読者アンケート」

今月も「ゲーム批評」をご愛読いただき、まことにありがとうございます。
皆様の「ゲーム批評」に対するご意見をアンケートにてお寄せください。
ご回答いただいた方の中から抽選にてプレゼントをお送りいたします。
締切は3月19日、当選者の発表はVol.56（4月3日発売）にて行います。
プレゼントについては、127ページをご覧ください。

インターネットの応募

インターネットを利用できる環境にてアクセスされると、アンケートの送付が簡単にできます。

下記に設置しております、
応募フォームをご利用ください。

http://www.microgroup.co.jp/mm/game/g-survey.htm

はがき、封書の応募

本ページ下部の応募用紙（コピー可）を切り取り、はがきに貼り付け、もしくは封書にて以下の宛先に送付してください。

〒104-0041
東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
(株)マイクロマガジン社
「ゲーム批評Vol.55
アンケート係」行

※お答えいただいた内容は、「ゲーム批評」に掲載される場合がございます。あらかじめご了承ください。

以下は表面にご記載願います

■氏名（ふりがな）
■ペンネーム［不要の方は結構です］
■郵便番号 ■住所
■年齢 ■性別 ■職業

以下は右欄にご回答下さい

①欲しいプレゼントを127ページより1つだけ選び、商品名をご記入ください。

②面白かった記事のページ番号を3つ記入してください。

③面白くなかった記事のページ番号を3つ記入してください。

④本誌を購入した理由、もしくは購入しなかった理由は何ですか？

⑤本誌を毎号買っていますか？
1. 毎号必ず買う
2. 書店で見かけたときだけ買う
3. 特集内容に興味があるときだけ買う
4.「ゲームソフト批評」に興味があるときだけ買う
5. 初めて買った

⑥ソフトを購入する際、予約特典の内容は参考にしますか？ また、どんな予約特典が理想ですか？

⑦ゲームセンターに何を望みますか？ また、あなたにとって理想のゲームセンターとはどういったものですか？

⑧スポーツゲームや戦争シミュレーションなど、よりリアルに近づけていくジャンルがありますが、リアルになって良い点&悪い点はどこにあると考えられますか？

⑨TVゲームで心も体もリフレッシュ！したというエピソードはありますか？

⑩本誌に対するご意見、ご感想、今後のご要望などをお聞かせください。

キリトル

①

② | ③

④ 購入した／購入しなかった 理由（ ）

⑤ 1. 2. 3. 4. 5.

⑥

⑦

⑧

⑨

⑩

BACK NUMBER INDEX

〈Vol.54〉 2004年1月発行　780円(税込)



■最強ガンダムゲーム
偉大なる「正史」あってこそのガンダムゲーム
ガンダム的世界戦略

●ゲーム雑誌批評
ゲーム雑誌クロスレビュー
「コンプティーク」編集長に直撃！
リニューアルの意図と意味

〈Vol.53〉 2003年11月発行　780円(税込)



■ゲームは犯罪者を生むのか。
「ゲームと青少年問題」その研究の実態
せがた三四郎が「ゲームと犯罪」を一刀両断！ 藤岡弘、氏インタビュー

●洋ゲー大侵攻
国内メーカー3社が考える洋ゲーのこれまでと今後の展開
『Half-Life2』の秘密を徹底的に暴露！

〈Vol.52〉 2003年9月発行　780円(税込)



■オンラインゲームの虚実
PSBB 1年目の実情
社会問題化するオンラインゲーム

●快楽！ ゲーム音楽
快楽の歴史
ゲーム音楽作曲家のプロフィール
「植松伸夫氏」・「光田康典氏」

〈Vol.51〉 2003年7月発行　780円(税込)**(品切中)**



■ゲーム批評的エロゲー論
Hシーンを抜いた元18禁ゲームが売れる理由
～背徳エロゲー論～非日常へのあこがれ

●バグソフトの真実
『スターオーシャン3』で起きた不具合の真相とは!?
これが正しいクレームのつけ方だ!!

〈Vol.44〉 2002年5月発行 780円(税込) **(品切中)**
■「げっ！ ホモゲーを愛する女心って？」特濃!　ボーイズラブ ゲーム座談会　特別対談「薔薇族」編集長×「B-GAME」発行者
●エンターブレインが犯した道義的大罪とは　ファミ通体制と任天堂とのパワーバランス

〈Vol.45〉 2002年7月発行 780円(税込) **(品切中)**
■Xbox玉砕の理由　あのときセガとスクウェアを買っておけば……　売れない責任はどこにある？
●エンターブレイン正論無き主張 「ファミ通体制」はメーカーとゲーム誌の力関係から生まれた

〈Vol.46〉 2002年9月発行 780円(税込) **(品切中)**
■「夢破れしFFXI」『XI』はブランド名を悪用した駄作だ！　スクウェアに残された2つの未来…
●「ホラーゲームって本当に怖いの？」 よし、精神科医に聞いてみよう

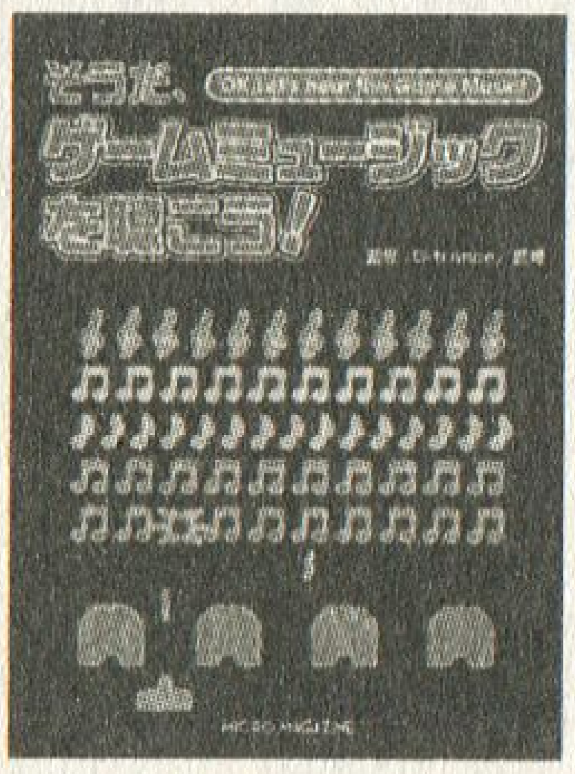
〈Vol.47〉 2002年11月発行 780円(税込)
■「セガ地獄」　緊急召集 元セガ社員と語ろう!!　読者激白 今、セガに言いたいことはなんですか？
●「ボクたちはゲーム脳におかされているのか!!」　森昭雄教授に問う!!　一体何をもってゲーム脳か

〈Vol.48〉 2003年1月発行 780円(税込)
■「日本のゲーム末期症状!?」　ゲームファンドの誤算と迷走　ゲームがパチンコパチスロで染まる日
●「現実の女性よりも仮想の女性に惹かれる男たち」　ギャルゲーはなぜ嫌われるのか？　制作メーカーが語る「美少女ゲーム」

〈Vol.49〉 2003年3月発行　780円(税込)
■「スクウェア・エニックス創り上げられた楽園の闇」　リストラ、人材流出は起こるのか？　裏話満載!! ゲーム業界"仕事人"座談会！
●「背徳ゲームの愉悦」　反社会的な暴力ゲームにほれ込んだのは誰だ　背徳ゲームの出所を追え!!

〈Vol.50〉 2003年5月発行　780円(税込)
■「決定!!　ゲーム批評大賞」　ZOO KEEPERってなんなのよ？　読者が選んだゲーム批評大賞!!
●「台頭したメディアミックス」　討論!! メディアミックスがもたらしたモノ　メディアミックスはゲームを救う？

関 連 書 籍



そうだ、ゲームミュージックを聴こう！
02年10月発行　1,344円(税込)

■ゲームミュージックをつくる人々
崎元仁：ベイグラントストーリー
桜庭統：スターオーシャンシリーズ
■ゲームミュージック・シーンをささえる人々
中村方俊：オホーツクに消ゆ（2001年復刻版）
遠藤雅伸：ゼビウス（AC）



ゲームクリエイターの原体験
01年10月発行　1,260円(税込)

■掲載クリエイターの方々と代表作
横井軍平氏：ゲーム&ウォッチ
安田朗氏：ストリートファイターII
薗部博之氏：ダービースタリオン
米光一成氏：ぷよぷよ
メタルユーキ氏：ときめきメモリアル
など総勢22名

●悪趣味ゲーム紀行……………………………… 98年12月発行　1,260円(税込)
●悪趣味ゲーム紀行2…………………………… 01年11月発行　1,260円(税込)
●すごい！ エロゲー列伝………………………… 98年12月発行　1,029円(税込)
●仮面ライダー メイキング …………………… 99年5月発行　3,150円(税込)

Editor's Room

つ いにPS2買い換えました。立てようが傾けようがひっくり返そうが、なかなか読み込まなくなってしまったので。読み込むまで2時間じゃあね。それに修理代で9000円もとられちゃたまりませんから。だったら新しいの買ったほうが、安くなってるし……って見事に策略にはまっているような。ちなみに使っていたのはSCPH-35000 GT。約2年半の短命でありました。今度のは白いヤツ…。(高橋)

最 近、自炊に目覚めました。三十路越えて何やってんだって話ですが、コンビニをやめ、野菜を多くとる食生活しないと肝臓がそろそろヤバイ気がしてきたので割と真剣。毎日両手から血を流す毎日です。そんなわけでパソコンを触れなくなりましたので、退社することになりました。世の中、何が起こるかわかりませんな。これからは1読者として応援していきたいと思います。でわー。(津田)

お 初にお目にかかります。このたび新たに編集スタッフとして参加させていただきました櫻川と申します。いまだに右も左もわからない未熟者のため、右へ行こうとして左斜め上を突っ走るようなことが多いのですが、そんな空転ぶりも含めて温かく見守っていただければ幸いです。とりあえず、まずは『フロントミッション4』の趣味プレイを多少控えるところから始めようと思います。(櫻川)

最 初に言っておきますが、津田副編集長がいなくなるのは、ぼくが津田さんの上履きを隠したりイスに画びょうを仕掛けたからではありませんので(デジャヴを感じた方はVol.43をご参照)。おはらいを受けたのが逆にいけなかったのか、不眠症に悩まされた年始。そして現在は鼻から原因不明の大量出血とヘコみ気味の04年出だしですが、皆様本年もよろしくお願いします。(遠藤)

事 態は急転して再度登場です。よろしくお願いします。さて現在の悩みといえば自宅PC環境。15型CRTの狭さが気になる→17買うなら液晶だよな→でもゲームやるには残像が→ていうかPenⅢでWin98でメモリ256なマシンでMMOやるなよ→いやグラボ替えたばっかじゃん→第一データの移動方法がよくわからんし→やっぱ贅沢品だよ、うん! ……勉強不足で金不足なことを痛感中です。(奥山)

アンケートはがきについてのお知らせ

「ゲーム批評 Vol.52」よりアンケートはがきを廃止し、インターネットによる集計へと変更となりましたので、下記URLへのアクセスをお願いいたします。
http://www.microgroup.co.jp/mm/game/g-survey.htm
なお、はがきや封書での募集も引き続き行っております。
読者プレゼントの告知などもございますので、詳しくはP128をご参照ください。

ゲーム批評 3月号 Vol.55

平成16年3月1日発行(年6回隔月1回・偶数月3日発行)
第11巻第3号通巻89号 定価780円(本体743円)

発行人:武内静夫
編集人:武内静夫
編集長:高橋英昭
副編集長:津田清和
編　集:櫻川実丈/遠藤　学/奥山美雪
販売営業:河合秀晃/清水俊雄/八木司郎/山田浩樹/中川雄之介
広告営業:五十嵐健一(株式会社マイクロハウス)
カバーデザイン:pi-park
本文デザイン:長谷川昌紀/石垣慶一郎/内田雄介(株式会社マイクロハウス)
印　刷:株式会社廣済堂

発行所:**株式会社マイクロマガジン社**
〒104-0041 東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
編集部 TEL. 03-3551-9563 FAX. 03-3551-9384
販売部 TEL. 03-3206-1641 FAX. 03-3551-1208
広告部 TEL. 03-3555-1206 FAX. 03-3297-0180(株式会社マイクロハウス)
http://www.microgroup.co.jp/

next announcement....

巻頭特集

ただ置いておけばいい時代は終わった!?

ショップ・アーケードの苦悩

～ゲームの存在価値はどこにあるのか～（仮）

「予約特典はつけて当然の時代になったんで、何もつけないと逆に不安ですね」とは某ショップ店員の言葉。一方、某アーケード店員は「カップルでメダルゲームは多いけど、純粋に筐体ビデオゲームを楽しむ人は少なくなった」と語る。彼らは、純粋に「面白い」で済んだはずのゲームが、それだけでは価値を持たなくなったこの状況をどう見ているのだろうか？　その本音に迫る！

大好評！ ソフト批評

『鬼武者3』（PS2）、『EyeToy:Play』（PS2）、『ファントム・ブレイブ』（PS2）、『シャドウハーツⅡ』（PS2）、『風雲　新撰組』（PS2）、『COOL　GIRL』（PS2）、『カイジュウの島～アメージングアイランド～』（GC）、『ブレイクダウン』（XBOX）、『逆転裁判3』（GBA）　などを予

予告内容は都合により大きく変更になる場合がございます。

隔月刊ゲーム批評 次号56号は… 2004年4月3日(土)発売!!

ライター募集しております

ゲーム批評編集部では誌面の充実のため、原稿を書いていただくライターを募集いたします。特に制限などありませんが、東京近郊にお住まいで編集部に来られる方は歓迎いたします。ライター・編集などの実務経験のある方、専門知識に優れた方、フリーの方は特に歓迎いたします。

ゲームの批評原稿（タイトル・形式は自由）、もしくは雑誌等に採用された原稿と、履歴書をゲーム批評編集部「ライター大募集係」にお送り下さい。

採用の場合は編集部からご連絡いたします。応募から2カ月が経過しても連絡がない場合は不採用とご了承下さい。また、応募いただいた書類等は返却することが出来ませんのでご注意下さい。

「今のゲーム批評は面白くないんだよ！　オレが面白い雑誌に変えてやるぜ！」という熱い魂と情熱を持った方のご応募、お待ちしております。

一緒にゲーム批評を面白い雑誌にしていきましょう！

応募先
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
（株）マイクロマガジン社　ゲーム批評編集部「ライター大募集係」（担当:高橋）

平成16年3月1日発行第11巻第3号通巻89号　発行人：武内静夫　編集人：武内静夫　発行所：㈱マイクロマガジン社　〒104-0041東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル　TEL03-3206-1641(販売)　FAX03-3551-1208

定価：780円
本体743円

雑誌 03679-3　T1103679030787